

Ганна Гридасова

ТРАНСФОРМАЦІЯ АКТОРІВ
МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН: ДЕРЖАВА
ТА ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ МЕДІЙНІ КОРПОРАЦІЇ

У статті досліджується трансформація сучасної системи міжнародних відносин, приділяючи особливу увагу становленню транснаціональних медійних корпорацій як новому елементу системи масової комунікації, та взаємодія традиційних акторів з ТНМК.

Ключові слова: транснаціональні медійні корпорації (ТНМК), глобальні ЗМІ, актори міжнародних відносин, крос-культурні проблеми.

Hrydasova H. The transformation of actors of international relations: the state and transnational media corporations. The transformation of modern system of the international relations is analyzed in the article with close attention to formation of multinational media corporations as new element of mass communication system. Also interaction of traditional actors with media MNC is considered.

Keywords: multinational media corporations (media MNC), global mass media, actors of international relations, cross-cultural problems.

Постановка проблеми. У 80-х роках ХХ ст. утворюються технічні, економічні та політичні умови для виникнення нового явища – глобальних засобів масової комунікації. Впродовж 90-х рр. традиційні закони і законодавчі акти, які стояли на заваді перехресним володінням різними ЗМІ, були або модифіковані в бік пом'якшення, або зовсім відмінені. Західні держави, і передовсім США, створюють сприятливі умови для функціонування медійних глобальних компаній. З одного боку, відповідаючи на потреби економіки в умовах глобалізації, а з іншого, розраховуючи використувати ці могутні новоутворення як певною мірою інструменти «м'якої сили», що дозволило б претендувати на провідні позиції у світовій політиці за рахунок транскордонного формування вигідного для себе інформаційного середовища та прихильної суспільної думки в цілому.

Актуальність дослідження зумовлена конкретними змістами, з одного боку, перспектив та можливостей, що відкриваються, а з іншого – реальних суперечностей і проблем, які постають перед світовим суспільством у зв'язку з процесом концентрації медійної сили, та пошуком шляхів прийнятної трансформації системи масової комунікації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Перспективи та проблеми глобалізації у галузі масової комунікації вивчаються як дослідниками процесів розвитку міжнародної системи, так і безпосередньо спеціалістами в галузі комунікацій: М. Маклуеном, Дж. К. Гелбрейтом, українськими дослідниками: Г. Почепцовим, О. Зернецькою, С. Даниленко, Ю. Романенко тощо.

Виокремлення невіршених раніше частин загальної проблеми. Хоча формування глобальної мережі новин було історично пов'язане з розширенням меж конкуренції, в першу чергу між західними ЗМІ, проте подальший розвиток мас-медіа та перетворення їх у сучасні транснаціональні медійні корпорації призвели до формування нового типу нетрадиційного актора міжнародних відносин з власними цілями та потужними засобами впливу для досягнення цих цілей. Завданням дослідження є висвітлення напрямів, умов, перспектив та можливостей трансформації систем масових комунікацій, а також пошук стратегій взаємодії держави з ТНМК.

Вклад основного матеріалу дослідження. У ХХІ ст. глобалізація значною мірою визначає стратегію світового розвитку. Процес глобалізації не є новий явищем. Протягом історії людство прагнуло інтегруватися, бути частиною єдиного політичного, економічного чи соціокультурного простору. Однак реальністю глобальність стає за сучасних часів як результат революції засобів комунікації. Глобалізація є багатогранним процесом, що охоплює всі грані функціонування сучасного суспільства. В галузі міжнародних відносин можна виокремити декілька загальних тенденцій, що характеризуються багатоплановим розмиванням державно-центричної системи міжнародних відносин, появою нових форм та моделей державності та підризом традиційних «внутрішніх» повноважень держав з боку недержавних гравців, котрі зміцнюють свої позиції в контексті глобалізації світового розвитку.

До початку ХХІ ст. ставлення до національної держави змінилося. З одного боку, особливих змін не відбулося, держава залишається основним актором міжнародних відносин, значення якої залежить від національно-державного потенціалу. З іншого боку, принципи національної спільності піддаються радикальному сумніву і переглядаються, а погляд на них як на якийсь рудимент попередньої епохи і відживаючий свій вік анахронізм набуває популярності та додаткових обґрунтувань.

Так, для представників гіперглобалістичної течії сучасна глобалізація являє собою нову еру, що характеризується нівелюванням значення держави. У міжнародних відносинах поряд із міждержавними набувають значення і взаємодії «акторів поза суверенітетом», тобто недержавних акторів, що відіграють роль своєрідного світо-

вого громадянського суспільства. Взаємовідносини широкого кола акторів мають взаємопов'язану структуру, у якій будь-яке потрясіння одного з секторів негайно віддзеркалюється в інших, незалежно від кордонів між внутрішніми і міжнародними процесами [1–4].

Скептики, навпаки, доводять, що глобалізація – це міф, у рамках якого значення національних держав залишається майже незмінно великим. Реальними міжнародними акторами виступають лише найпотужніші держави, конфліктні чи кооперативні відносини між якими становлять сутність міжнародної політики. Всі інші учасники міжнародних відносин, у тому числі міжнародні урядові та неурядові організації, ТНК тощо, розглядаються у цій парадигмі як носії делегованих інтересів великих держав.

З погляду ж трансформістів, держави та суспільства у всьому світі змінюються, намагаючись адаптуватися до нових реалій. Глобалізація формує нову ієрархію, яка вже абсолютно не пов'язана з географічною територією, а проникає в усі співтовариства і регіони світу. Тобто глобалізація викликає нові моделі глобальної стратифікації, в рамках яких певні держави, суспільства та спільноти дедалі сильніше залучаються до нового порядку, а інші в той же час все більше відтісняються на задній план [5]. Залишаючись суверенними, держави все більше залежать від економічних складових глобалізації, посилюється вплив ТНК на світову політику.

Процеси глобалізації призводять також до формування різноманітних форм та моделей державності. З одного боку, відбувається подрібнення – з'являються квазідержави та асоційовані країни. З іншого боку, національна держава поступається місцем більшим об'єднанням, серед яких можна виокремити: корпорація-держава та держава-корпорація, регіон-держава, держава-імперія та держава-цивілізація. Тобто виникають нові спільноти та форми ідентичності, які далеко не завжди збігаються з національними або іншими географічними кордонами. Ці групи дедалі активніше стають учасниками сучасних міжнародних відносин.

На основі неоліберальної риторики ТНК поступово звільняються від контролю з боку держави, що дає їм змогу формувати свої правила гри в різних регіонах світу та моделі поведінки на світовій арені. З іншого боку, сама держава, дотримуючись логіки неоліберальних ідей та володіючи новими засобами маніпуляції

суспільною свідомістю, має діяти у міжнародних відносинах як колективна корпорація. Виникаючу модель можна охарактеризувати як організацію, що заміщає собою органи державного управління та ставить на перше місце у своїй діяльності корпоративну вигоду [6].

Альтернативою корпоративній формі державності може виступати держава-цивілізація, яка являє собою складну, багатоврівневу, соціокультурну організацію, що формується на основі загальних цінностей на значній території. На відміну від держави-корпорації, цивілізаційне об'єднання керується у міжнародних відносинах не лише критеріями економічної доцільності, а й ціннісними орієнтирами [7].

Медійні глобальні компанії можуть одночасно виступати різновидами обох цих футуристичних різнобічних підходів. Мається на увазі, що утворення медійних глобальних компаній відповідає потребам економіки в умовах глобалізації і вони діють, виходячи зі своїх корпоративних інтересів.

Однак, з іншого боку, транснаціональна комунікація таїть у собі крос-культурні проблеми.

Міра інформаційного впливу глобального рівня розрізняється в різних регіонах світу через такі чинники, як місцева культура, державна інформаційна політика, ступінь розвитку інформаційної інфраструктури тощо [8, с.69]. Тому здебільшого можливості впливу ТНМК зосереджені в рамках однієї чи кількох близьких цивілізаційних груп.

Сучасний етап розвитку медійних ТНК характеризується дихотомією підходів до розуміння спрямованості вектора взаємовпливів інформаційних корпорацій та держави. З одного боку, західні ЗМІ поступово втрачають свою незалежність не тільки під натиском політичних інтересів правлячих кіл, але й внаслідок залежності від реклами. Рекламні кампанії, на які витрачаються величезні кошти з метою просування продукції чи формування певного іміджу, здійснюються значною мірою через засоби масової інформації, що, відповідно, не дає їм змоги висвітлювати інформацію, яка не відповідає інтересам своїх рекламодавців [9].

Інша точка зору полягає у визнанні медійних ТНК головним конкурентом США в посиленні домінуючого статусу в світі. Орієнтовані на комерційний успіх багатопрофільні компанії в умовах,

коли дефіцит невідновлюваних енергоресурсів стає ключовим фактором існування економік та держав, мають змогу запропонувати замітники традиційних енергоресурсів, продуктів харчування, товарів масового вжитку. А медійні ТНК є виробниками інформаційного продукту, позбавленого, як правило, стійкого національного, ідеологічного, релігійного забарвлення, й саме тому альтернативні державі [10].

Таким чином, можна зробити висновок, що становлення медійних ТНК продовжується, формуючи нові форми як самих компаній, так і їх взаємодій з навколишнім світом. Це відбувається також внаслідок різноманітності самих ТНК, сфер їхньої діяльності, організаційних форм та їхніх інтересів на міжнародній арені.

Дослідники розрізняють горизонтальні та вертикальні форми утворення медійних ТНК. Вертикальні ТНК утворюються внаслідок поглинання чи об'єднання компаній, які «стоять в одному ланцюгу виробничого процесу певного медіуму» [11, с. 60]. Зазвичай це відбувається з економічних причин, коли організація, що швидко розвивається, досягає умовного максимуму в своєму секторі та прагне розширюватися за рахунок суміжних секторів, що пов'язані з її основною діяльністю, мінімізуючи таким чином витрати на посередників.

Горизонтальні ТНК утворюються внаслідок перехресного об'єднання різних типів ЗМІ чи придбання компанією, що спеціалізується на певній медійній галузі, комерційної організації, що працює в іншій медійній сфері. На такі кроки компанії йдуть, навпаки, здебільшого з бажання диверсифікувати свої прибутки та/чи втрати за рахунок розширення сфер діяльності. Ці імперії називаються мультимедійними корпораціями, оскільки вони конгломерують міжнародні, міжміські та локальні телефонні компанії, кабельні та телерадіомовні системи та комп'ютерні фірми [11, с.61].

Досить часто медійні компанії повністю або частково входять до складу глобальних структур, що мають інтереси на ринках зброї, космічної індустрії, видобутку корисних копалин тощо. В такому разі, зважаючи на частку «інформаційності» в цих утвореннях, йдеться або про медійні конгломерації, або, навпаки, про глобальні корпорації з медійною підтримкою [12].

Транснаціональна концентрація медійних ресурсів формується за рахунок того, що певна компанія отримує суттєву роль в інформаційному секторі більше, ніж однієї країни. Форми такої концентрації можуть бути структуровані за трьома головними категоріями:

1) Корпорація володіє медійними компаніями в багатьох країнах (телерадіомовлення, журнали тощо) внаслідок поглинання активів національних компаній чи заснування нових.

2) Поширення телерадіосигналу національної компанії через кордони сусідніх країн внаслідок цілеспрямованої діяльності – часте явище за умови спільного мовного простору.

3) Глобальні ЗМІ, які поширюють свій контент на весь світ чи, частіше, на певну територію, об'єднану політичними реаліями. Наприклад, загальноєвропейські медіа чи компанії, що проводять свою діяльність на просторах СНД. Контент таких компаній може мати багато мовних версій [13].

У випадку зі ЗМІ транснаціональність виявляється не стільки через структуру власності, скільки через характер діяльності: транснаціональне поширення та збір інформації. Враховуючи розвиток глобальної інформаційної мережі, більшість великих медійних компаній можна апріорі вважати реально чи потенційно транснаціональними.

Цілком ринкове бажання підвищення прибутковості в умовах жорсткої конкуренції породило глобалізацію інформаційної діяльності найбільших медійних корпорацій, що за умови державного сприяння дозволило таким корпораціям охопити зарубіжні ринки в тій чи іншій формі, зважаючи на форми медійної концентрації.

Водночас, національні держави та локальні медійні організації, розуміючи загрози тиску з боку зростаючої активності транснаціональних медіакорпорацій, намагаються виробити альтернативу. В деяких країнах прийняті законодавчі заходи для захисту внутрішнього ринку.

У країнах розвиненої демократії між політиками та керівниками потужних медіа-каналів існує негласний пакт про ненапад, оскільки ані перші, ані другі не зацікавлені «будити лихо» [8, с.165].

Проте глобальний інформаційний простір надає необхідні можливості для здійснення політичного та ідеологічного впливів не лише в масштабах окремої країни, але й усього світу. Тому за

умови декларування свободи міжнародної торгівлі закриття власних інформаційних просторів чи обмеження зовнішніх конкурентів виявляється для більшості країн світу неефективними методами.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Під впливом глобалізаційних процесів спостерігаються значні зміни у суспільному житті, з'являються нові моделі держав та нові актори міжнародних відносин, змінюються механізми здійснення державної влади. ТНМК справляють значний вплив на трансформацію системи масової комунікації в міжнародних відносин, виступаючи, з одного боку, провідниками цінностей цивілізаційних лідерів, а з іншого, маючи на меті власні корпоративні інтереси. Проте національні держави залишаються основним учасником міжнародної політичної системи навіть після передачі частини своїх функцій іншим акторам. Постає питання стосовно логіки взаємодії між головними суб'єктами та способу перерозподілу владних повноважень у рамках даної системи.

З іншого боку, могутність ТНМК виявляється і в розширенні сфер діяльності (телебачення, радіомовлення, друковані та електронні ЗМІ, кіноіндустрія та розважальний контент, друкування книг тощо), що дозволяє реалізувати вплив на різних рівнях сприйняття.

Зважаючи на вищенаведені чинники, більшість країн світу змушені виробляти та реалізувати стратегії взаємодії з ТНМК.

У світі існують дві полюсні державні стратегії, що розрізняються за вектором спрямованості зусиль. Експансивна – характерна для політики США та країн Заходу – спрямована на використання зовнішніх ресурсів для вирішення власних завдань, та герметична стратегія, в основу якої покладена ідея розвитку за рахунок консолідації внутрішніх ресурсів, у тому числі самоізолювання. Певною мірою вона реалізується такими країнами, як Північна Корея, Куба, Китай.

У більшості країн, у тому числі і в Україні, інформаційна стратегія являє собою поєднання цих двох стратегій. Причому, баланс співвідношення екстравертної та інтровертної спрямованості може та має змінюватися під впливом як міжнародної, так і внутрішньої ситуації; залежно від зміни політичного курсу, і конкретного тактичного завдання.

У перспективі варто звернути увагу на дослідження розвитку ТНМК в бік передачі більшого обсягу повноважень локальним осередкам, можливості такого підходу для уникнення крос-культурних перепон та на загрози, що несе такий прогрес глобальних медіа національним суспільствам країни, що їх приймає.

1. Оглезнев В. В. Глобализация и государство: анализ социальной онтологии / В. В. Оглезнев. – Томск: Издательство ЦНТИ, 2010.

2. Горин Н. Глобализация и локальные цивилизации / Н. Горин // Власть. – 2000. – №1. – С.28–33.

3. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций [Текст] / С. Хантингтон. – М. : АСТ, 2005.

4. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире [Текст] / И. Валлерстайн. – СПб. : Университет. кн., 2001.

5. Яковец Ю.В. Глобализация и взаимодействие цивилизаций / Ю.В. Яковец. – М.: Экономика, 2003.

6. Эволюционные модели государства постмодерна / А. Харин // Свободная мысль. – 2012. – №11/12. – С.91–102.

7. Шергін С. О. Трансформація взаємодій міжнародно-політичних акторів в умовах послаблення глобального лідерства США / С. О. Шергін, М. В. Фесенко // Науковий вісник Дипломатичної академії України. – 2009. – №15. – С.346–355.

8. Даниленко С. І. «Громадянський вимір комунікаційної революції»: Модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж / С. І. Даниленко / Монографія. – К. : ІМВ. – 2010. – 310 с.

9. Валентин Е. С. Медийная монополия и политическая конкуренция / Е. С. Валентин, Э. да С. Нето Консейсао // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: политология. – Москва, 2011. – №4. – С 134–145.

10. Шевцов А. Н. Фактор США в современном мире / А. Н. Шевцов, Г. П. Мерников. – М. : Дело, 2008. – 310 с.

11. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – К. : Освіта, 1999. – 351с.

12. Hoyler M., Watson A. Global Media Cities in Transnational Media Networks [Online]. – 10.08.2010. – Available from [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb358.html>.

13. Transnational media concentrations in Europe. Report of the AP-MD for the Council of Europe [Online] / P.A.Bruck, D.Doerr, M.D.Cole [etc]. – Strasbourg, 2004. – Available from [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.incd.net/docs/transnationalmedia.pdf>.