Для паблик рилейшнз, благодаря междисциплинарному подходу, возникают новые возможности в публичном секторе, где будет очень полезен опыт, перенимаемый у публичной дипломатии.

Несомненно одно — будущее за интеллектуальной конвергенцией этих двух дисциплин и развитием их в области поиска нового подхода к аудитории.

Список литературы

Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М., 2003.

Signitzer B., Wamser C. Public Relations: A Specific Governmental Public Relations Function // Public Relations Theory II / Eds C. Botan, H. Hazelton. New Jersey, 2006.

Signitzer B., Coombs T. Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergences // Public Relations Review. 1992. Vol. 18, N 2.

Botan C., Taylor M. Public Relations State of the Field // Journal of Communication. 2004. Vol. 54, N 4.

Fitzpatrick K.R. Advancing the New public Diplomacy. A Public Relations Perspective // Hague Journal of Diplomacy. 2007. N 2 (3).

L'Etang J. Public Relations as Diplomacy // Critical Perspectives in Public Relations / Eds J. L'Etang, M. Piezka M. International Thomson Business Press, 1996.

Nye J.S. Power in the Global Information Age. Rutledge, 2004.

Leonard M. Public Diplomacy. London: The Foreign Policy Centre, 2002.

Dutta-Bergman M.J. US Public Diplomacy in the Middle East // Journal of Communication Inquiry. 2003. Vol. 30, N 2.

Riordan S. The New Diplomacy. Cambridge, 2003.

Поступила в редакцию
15.01.2012

Н.А. Зыков, соискатель кафедры зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: nzykov@bk.ru

ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОЕ ВЕЩАНИЕ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

В статье рассматриваются изменения мировых тенденций развития информационного рынка и трансформация коммуникативной стратегии старейшей внешнеполитической радиостанции США «Голос Америки». Проанализирована информационная деятельность ведущих стран. Изучено влияние новых информационно-коммуникационных технологий на внешнеполитическое вещание.

Ключевые слова: *внешнеполитическое вещание, глобальный информационный рынок, новые ИКТ, «Голос Америки».*

The article is focused on the changes of global trends of the information market's developing and transformation of the communication strategy of the oldest US international broadcaster "Voice of America". Informational activities of the leading countries are analyzed. The impact of new information communication technologies on the international broadcasting is researched.

Key words: *international broadcasting, global information market, new ICT, VOA.*

Глобальные коммуникации в последние два десятилетия развиваются стремительно. Произошла смена внешнеполитических приоритетов ведущих западных держав, что сопровождается изменением повестки дня в средствах массовой информации. Проблемы мировой экономики, борьбы с терроризмом, военных конфликтов, смены политических режимов в ряде государств все больше выдвигаются на первый план. Вместе с тем в международных отношениях заявляют о себе новые центры силы, во многом меняющие старую модель мира. Большинство стран стремятся сохранить свое положение в глобальных информационных процессах и по возможности упрочить его.

Ведущими игроками на международном информационном рынке являются США, КНР, Великобритания, Россия, Германия, Франция. В первую тридцатку стран на этом рынке входят и такие страны, как Египет, Иран, Индия, Япония, Нидерланды, Израиль, активно развивающие свою деятельность в информационной сфере[1]. Следует отметить, что в наше время все более жесткую конку-

[1] Conference of International Broadcasters' Audience Research. URL: http://www.cibar.org

ренцию прежним лидерам оказывают арабские страны, в последние годы развивающие быстрыми темпами свое спутниковое информационное телевещание. Вместе с тем прежний мировой лидер — Соединенные Штаты Америки — по некоторым геополитическим направлениям ослабил свою пропаганду.

Выступая на заседании комитетов по международным делам и по государственным ассигнованиям сената США, государственный секретарь Хилари Клинтон сделала несколько заявлений, касающихся проблем международного вещания. Она отметила, что Соединенные Штаты Америки «находятся в состоянии информационной войны» и что они «проигрывают эту войну»[2]. По мнению главы внешнеполитического ведомства, массовая культура, например «мыльные оперы», зачастую формирует искаженный образ Соединенных Штатов. И с этим, как убеждена Клинтон, следует бороться. Клинтон сказала, что государственный департамент стремится широко использовать возможности социальных сетей и Интернета в целом для открытого, «нефильтрованного» распространения информации. Однако с развитием новых медийных носителей происходит, по мнению государственного секретаря, неоправданное сокращение традиционного теле- и радиовещания на иностранную аудиторию. Клинтон напомнила, что аудитория «Голоса Америки», «Свободы» и других радиостанций в коммунистических странах достигала в прошлом сотен миллионов человек. Однако после падения Берлинской стены объемы иновещания были резко сокращены. При этом ближневосточные государства (Клинтон особо упомянула телеканал «Аль-Джазира»), Китай и Россия активно развивают глобальное эфирное вещание на многих языках[3].

Еще более жестко высказался глава совета управляющих по телерадиовещанию Уолтер Айзексон. Он назвал Россию, Иран, Венесуэлу и Китай «врагами США». «Мы не можем позволить, чтобы наши враги вещали на мир лучше нас», — заявил Айзексон[4]. Он перечислил неугодные ему телевизионные каналы: российский «Раша Тудей», иранский «Пресс ТВ», венесуэльский «ТелеСУР» и китайский CCTV. Высказывания Айзексона вызваны желанием добиться повышения финансирования внешнеполитической пропаганды США, значительно сократившегося в последние годы. Позднее У. Айзексон попытался сгладить жесткий тон своего заявления и сказал, что считает врагами только лиц, поддерживающих терроризм в Афганистане[5].

[2] См.: *Григорьев А., Массальский В.* «Информационная война» или «информационная конкуренция». URL: http://www.golos-ameriki.ru/content/information-war-03-117466503/217547.html

[3] Там же.

[4] *Самохоткин А.* Эфирные враги // Время новостей. 2010. 7 октября.

Научный сотрудник Института Гувера А. Росс Джонсон считает, что после окончания «холодной войны» США утратили многие из рычагов воздействия на окружающий мир. Были не только сокращены объемы иновещания, но и программы международных обменов, культурные программы. При этом он не согласен с оценкой Хилари Клинтон, согласно которой в мире идет «информационная война». «Я бы не назвал это войной, но без сомнений, это конкуренция. Конкуренция за идеи, за умы людей во всем мире, — говорит он. — И мы не делаем эту работу так хорошо, как нужно ее делать. Клинтон напомнила, что значительная часть человечества получает основную массу впечатлений о Соединенных Штатах из американских телепрограмм, созданных в стиле поп-культуры. Результатом этого становится превратное представление многих людей о США»[6].

Как отметил бывший программный директор «Голоса Америки» Алан Хейл, «Голос Америки» и Би-Би-Си вынуждены реагировать на появление новых реалий в процессе передачи информации через государственные границы. «Люди молниеносно получают доступ к новостям и информации, а также общаются друг с другом в киберпространстве и с помощью мобильных носителей. То, что еще десятилетие назад казалось немыслимым — например, мир народных корреспондентов и мгновенных диалогов — становится реальностью»[7].

Смена приоритетов американской пропаганды выразилась в том, что в 2003 г. было прекращено вещание «Голоса Америки» на 10 стран Восточной Европы — на болгарском, чешском, эстонском, венгерском, латышском, литовском, польском, словенском, словацком и румынском языках. В 2007 г. прекращено вещание на Украину, Казахстан и Туркмению, в 2008 г. — радиовещание на коротких волнах на русском языке. Ожидается, что оптимизация расходов на внешнеполитическое вещание продолжится. Целиком перешла в Интернет китайская служба «Голоса Америки». Полностью закрыты хорватская служба и служба вещания на кантонском диалекте китайского языка. Похожее сокращение провела и корпорация Би-Би-Си, которая больше не вещает на русском и китайском языках, правда, сохраняя и даже расширяя на этих языках свои сайты

[5] См.: Уолтер Айзексон внес коррективы в свое заявление. URL: http://www.golos-ameriki.ru/content/yolt-aizekson-correct-his-speech-2010-10-08-104577274/189119.html

[6] *Григорьев А., Массальский В.* «Информационная война» или «информационная конкуренция». Режим доступа: http://www.golos-ameriki.ru/content/information-war-03--117466503/217547.html.

[7] Там же.

в Интернете. Однако в это же самое время Пекин активно наращивает возможности своего внешнеполитического вещания разных видов (спутниковое телевидение, радиовещание, Интернет), выделяя для этой цели огромные финансовые средства. Прекратила традиционные радиопередачи на русском языке на коротких волнах «Немецкая волна», также сосредоточив свои усилия на развитии своего сайта. Летом 2012 г. полностью закрыта русская редакция Международного канадского радио. Целиком прекратила свое иновещание Италия.

Тем не менее недавно «Голос Америки» объявил о расширении спутникового телевещания на Пакистан на языке пушту. Как заявил директор «Голоса Америки» Дэвид Энсор, «одновременная передача часовой программы новостей по радио и спутниковому телевидению позволит «Голосу Америки» расширить свою аудиторию в этом критически важном регионе, где ощущается недостаток беспристрастных источников информации»[8].

Новые лидеры информационного рынка

В ближайшие годы расширят свое присутствие на международном информационном рынке страны с быстро растущими экономиками — Китай, Индия. В число лидеров вошла и Россия с информационным круглосуточным телеканалом “Russia Today”. Этот телеканал создан в 2005 г. С мая 2007 г. он вещает помимо английского также на арабском и с декабря 2009 г. — на испанском языке. Летом 2011 г. открыл прямое вещание в США «Голос России» через станции в Вашингтоне и Нью-Йорке (до этого вещание осуществлялось через спутник). Конечно, новая волна мирового финансово-экономического кризиса может внести свои коррективы в расстановку сил, но общие тенденции, наблюдаемые сегодня, скорее всего, сохранятся. Объективно в настоящее время многие страны мира активно заинтересованы в продвижении своей внешней политики и экономических интересов на международной арене, в поддержании своего имиджа в глазах зарубежной общественности. Я.Н. Засурский отмечал, что «в глобальной телевизионной сфере налицо известный плюрализм, обеспечивающий доступ к телевидению для людей, говорящих на разных языках». [Засурский, 2007, с. 399].

Как уже указывалось, наиболее активно развивает свое внешнеполитическое вещание Китай. Он сохранил и даже постепенно наращивает объемы радиовещания на зарубежные страны. В настоящий момент иновещание ведется на 59 языках, хотя еще в 2006 г. языковых редакций было 38[9].

[8] «Голос Америки» расширяет телевещание на Пакистан. URL: http://www.golos-ameriki.ru/content/voa-pakistan-2012-01-10-136990043/249872.html

[9] http:/www.cri.cn

В сентябре 2009 г. Центральное телевидение Китая CCTV открыло телевизионный спутниковый канал на русском языке. Его материалы можно также смотреть в Интернете. Перед этим был открыт телеканал на арабском языке. Общее количество языков вещания CCTV составляет 6[10].

Крупнейшая китайская газета «Женьминь жибао» в настоящее время публикует материалы в ежедневном режиме на семи языках, в том числе и на русском[11].

Большое внимание уделяет своему внешнеполитическому вещанию Франция. Радиостанция РФИ сохранила свое вещание на русском языке. Активно развивает Франция свое спутниковое телевещание. С конца 2006 г. действует телеканал France24. В настоящее время он вещает на французском, английском и арабском языках[12]. Создание телеканала было вызвано желанием французского руководства донести до мировой общественности свою точку зрения на мировые события, особенно на военные операции в Афганистане и Ираке.

Собирается открыть спутниковое телевещание на русском языке Южная Корея.

Растущее влияние Интернета

Все большее количество вещателей переключает свое внимание на развитие различных видов информации в Интернете. Катализатором этих процессов стало бурное развитие современных информационно-телекоммуникационных технологий, в том числе мобильного Интернета. Некоторые теоретики говорят даже о революции в сфере ИКТ. Практически все международные средства массовой информации активно осваивают новые виды коммуникаций. Более того, для многих СМИ Интернет, в силу своей демократичности, бурно растущей аудитории, стал приоритетным направлением для дальнейшего развития. Традиционные виды коммуникаций — печатное слово, радио и телевидение — все больше подвергаются сокращению и уступают место новым видам информации в Интернете, посредством мобильной связи, портативных компьютеров и т.д. Таким образом вещатели не только обеспечивают себе доступ к широкой аудитории, но и в значительной мере экономят свой бюджет. Кроме того, продолжающееся удешевление многих видов новых коммуникационных устройств и технологий позволяет расширить традиционную аудиторию массмедиа, привлечь новых читателей, слушателей и зрителей, прежде всего молодежную ауди-

[10] http://www.cctv.com

[11] http://www.people.com.cn

[12] http://www.france24.com

торию. Другой тенденцией является оптимизация традиционных информационных потоков, а также проникновение в средства массовой информации других стран. Можно также отметить, что многие процессы, происходящие во внешнеполитических СМИ США, затем повторяются в других странах, особенно в Великобритании и у других американских союзников.

Информационный портал «Голоса Америки» в Интернете действует с 1994 г. Информация предлагается пользователям в широком спектре форматов. Это и текстовая информация, и визуальная (фото, рисунки, видеоклипы), и аудио-подкасты. На этом разнообразие форматов не ограничивается. В 2010 г. была запущена мобильная версия сайта русской службы. Она предоставила пользователям возможность получать информацию в формате, доступном для прочтения на экране мобильного телефона и других подобных устройств (карманные компьютеры, плееры). Эти виды информации соответственным образом организованы и структурированы (небольшие по объему, они разбиты на серии сообщений, умещающихся на маленьком экране). Многие исследователи отмечают, что XXI век — это век мобильного телефона в силу его широкой распространенности во всех странах [К мобильному..., 2009, с. 33]. Также одним из новых видов контента являются SMS-сообщения, которые рассылаются всем желающим по подписке. Аналогичным образом по подписке рассылаются бюллетени новостей по электронной почте. Одна из недавних новинок — возможность подписки на материалы по технологии RSS. Она позволяет регулярно получать обновления по интересующей тематике (например, политика, экономика, экология, наука и техника, культура и т.д.).

Отдельно следует сказать о приложении для пользователей айфонов, запущенном русской службой в начале 2011 г. Оно позволило не только доставлять пользователям свежие новости и информацию (хотя и это тоже), но и размещать на страницах русской службы их короткие репортажи, фотоснимки и видеоклипы. Это, по замыслу авторов идеи, должно способствовать развитию гражданского общества и гражданской журналистики в России. Каждый слушатель, ставший участником какого-либо события (например, митинга или общественной акции), может снять репортаж сам с помощью своего айфона и сразу же переслать его в редакцию и поделиться своей информацией с аудиторией «Голоса Америки». Многие посетители сайта русской службы уже воспользовались этой возможностью. Они разместили свои материалы на сайте и в блогах.

Динамично развивался русский сегмент интернет-портала «Голоса Америки». Он имеет удобную систему навигации. Сайт русской службы содержит разделы «Америка», «Россия», «Страны

бывшего СССР», «В мире», «Политика», «Экономика», «Наука и техника», «Культура», «Общество», «Здоровье», «Спорт» и другие. Информация обновляется в ежедневном и ежечасном режиме. Большинство материалов в Интернете сопровождаются фотоснимками, некоторые также видеосюжетами.

В конце девяностых годов прошлого века весь комплекс правительственной пропаганды США пережил очередное реформирование. Вместо широко известного в прошлые десятилетия ЮСИА (Информационного агентства Соединенных Штатов) был создан двухпартийный Совет управляющих вещанием (Broadcasting Board of Governors), объединивший в себе весь комплекс радио- и телестанций, сайтов Интернета (за исключением военных, предназначенных для американских военнослужащих). Ряд функций агентства был передан государственному департаменту. После судьбоносных событий 11 сентября 2001 г. значительная часть большого информационного комплекса США была переориентирована на страны Востока. Была создана круглосуточная радиостанция «Радио Сава» на арабском языке, «Радио Фарда» на языках народов Ирана, спутниковый телеканал «Аль-Хурра» на арабском языке, а также «Радио Свободная Азия», «Радио Свободный Афганистан» и «Радио Свободный Ирак» — подразделения «Радио Свободная Европа/Радио Свобода». Появление новых СМИ сопровождалось сокращением вещания на страны Восточной Европы и Россию. Дальнейшая судьба новых СМИ будет зависеть от развития ситуации в Ираке и Афганистане, а также в странах арабского мира. Не последнюю роль играет, конечно, и состояние дел в мировой экономике.

После своего избрания президент США Б. Обама объявил о том, что одним из его приоритетов будет восстановление положительного образа США во всем мире. Конечно, важнейшим инструментом достижения указанной цели предполагались внешнеполитические средства массовой информации США. Но не только они. Недавно гос. департамент объявил о том, что будет увеличен штат его сотрудников, задачей которых станет участие в форумах и блогах с целью разъяснения политики Соединенных Штатов Америки и попыток противодействия распространению идеологии терроризма и экстремизма. Сейчас этот информационный проект уже действует.

Само по себе это намерение не вызывает вопросов. Однако необходимо учесть, что в некоторых странах (таких, как Китай, Иран, Сирия) власти ограничивают доступ своих граждан к части ресурсов Интернета. Государственный департамент США разрабатывает ряд технических мер, которые позволят гражданам упомянутых стран обходить эти запреты. Таким образом, возникает кон-

фликт интересов между властями стран, ограничивающих доступ к информации и властями США, распространяющими свою информацию. Критики «цифровой дипломатии» говорят о том, что подобные действия США могут быть восприняты властями ряда стран как вмешательство в их внутренние дела.

Учитывая огромную роль Интернета и мобильной связи в событиях «арабской весны», новые технологии, разрабатываемые США, представляются не столь уж безобидными.

В последние годы имеет место тенденция к индивидуализации информации, ее отложенному восприятию в условиях изобилия коммуникаций. Каждый пользователь, слушатель и зритель получил возможность выбирать интересующую тематику и формат получения информации, использовать ее в удобное для себя время. Задача редакций состоит в том, чтобы обеспечить разнообразные информационные потребности аудитории, сохраняя при этом высокое качество материалов и объективность их подачи, чередование политических материалов со статьями о культуре, здравоохранении, спорте, музыке и т. д. Важнейшее значение для современных видов контента имеет бренд, под которым он приходит нынче к пользователю на различных платформах и в различных форматах. Такой старый, легко узнаваемый и уважаемый бренд, как «Голос Америки», пользуется значительной популярностью и успехом у слушателей. Конечно, политика по-прежнему играет в материалах «Голоса Америки» ведущую роль. Важнейшим событием для русской службы стало подписание, а затем ратификация нового двухстороннего договора между США и Россией о сокращении стратегических наступательных вооружений СНВ-3. Это событие в русле политики «перезагрузки», провозглашенной администрацией Б. Обамы, стало одним из важнейших в российско-американских отношениях. Как заявил президент США, «это самое важное за двадцать лет соглашение о контроле над вооружениями, и этот договор сделает мир более безопасным и позволит сократить ядерные арсеналы США и России»[13]. Ратификация договора Сенатом США стала важнейшей победой президента Барака Обамы, который сделал задачу улучшения отношений с Россией одним из приоритетов внешней политики своей администрации. Таков был комментарий русской службы «Голоса Америки»[14]. Несмотря на существующие разногласия по проблеме размещения американской ПРО в Европе, общий характер отношений между Россией и США остается позитивным. Есть желание искать решение проблем двухсторонних отношений.

[13] *Нешнера А. де*. Американо-российские отношения: итоги года. URL: http://www.golos-ameriki.ru/content/article-2010-russia-usa-2010-12-27-112528529/191729.html

[14] Там же.

Другим важнейшим событием недавнего времени стало для «Голоса Америки» выступление президента США Б. Обамы, посвященное решению о начале вывода американских войск из Афганистана. Президент выразил уверенность в правильности своего шага. Обосновывая свое решение, американский лидер подчеркнул, что вывод войск и передача функций по поддержанию порядка местным властям отвечает интересам как США, так и афганского народа. Интервью было дано ведущему корреспонденту «Голоса Америки» Андре Де Нешнера, который в свое время работал корреспондентом радиостанции в Москве.

Широко отметила русская служба 100-летие президента Р. Рейгана, которого считают одним из наиболее выдающихся президентов США. Корреспондент Анна Леонидова взяла интервью у М.С. Горбачева, Э. А. Шеварднадзе и у Натана Щаранского. В ходе этих интервью выявились интересные и неизвестные ранее подробности о Р. Рейгане и его политике, которые могут представлять большой интерес для историков и политологов.

Изменения в программной политике «Голоса Америки»

Все большее распространение приобрело в последние годы отложенное прослушивание передач [Засурский, 2007, с. 3—4]. На сайте русской службы есть обширный аудиоархив. Аудиофайлы передач помещаются там сразу же после выхода в эфир. При этом качество звучания гораздо выше, чем у эфирной радиопередачи. В сочетании с текстовыми файлами, фотоинформацией и видеороликами у получателя информации создается полная мультимедийная «картина мира». Информация на сайте более обширная по сравнению с тем, что передается в эфир. Помимо материалов о текущих событиях на сайте имеется справочная информация об американском законодательстве, академических обменах, порядке получения виз и др.

Недавно появился блог русской службы «Голоса Америки» в «Живом журнале». В нем участвуют журналисты и приглашенные эксперты. Посетители блога оставляют свои комментарии. Такая форма общения с пользователями Интернета позволяет затронуть вопросы, которые не находят отражения в обычных материалах. Это зарисовки из повседневной жизни американской столицы, размышления автора, даже анекдоты. Это живое и непосредственное общение с аудиторией, которого в прошлом порой так не хватало. Появились также странички русской службы в популярных социальных сетях Facebook, «Мой Мир», «ВКонтакте», Twitter и «РуТвит». Там постоянно выкладываются свежие новости, сотрудники редакции отвечают на вопросы посетителей.

В апреле 2010 г. русская редакция открыла специализированный блог под названием «Пресса под прессом». Цель этого проекта — дать слово журналистам из постсоветского пространства, которым приходится действовать в условиях несвободы и даже преследований со стороны властей.

Череда революций в странах арабского мира вновь напомнила о большой роли средств массовой информации, в том числе возросла роль социальных сетей. Редакция «Голоса Америки» уделяла освещению событий в арабском регионе особое внимание. Роль медийного фактора в современных локальных конфликтах возрастает.

Информационное общество — это не только компьютеры различного назначения. Не исчерпывается оно и существованием компьютерных сетей и в первую очередь Интернета. Определение информационного общества включает в себя прежде всего новый вид общества, в котором создание, хранение, обработка информации существенно повлияли, а в некоторых областях стали определяющим фактором существования и развития — от промышленности и сельского хозяйства до военной сферы, образования, науки, средств массовой информации. Такая трансформация включает переход от традиционного, индустриального, общества к новому обществу, где определяющим становится богатство знаний, разработка новых технологий, широкое внедрение изобретений и других достижений научно-технического прогресса. На Западе появился даже новый термин — экономика, основанная на знаниях, и этот сектор экономики стал определяющим и продолжает развиваться опережающими темпами.

Вклад «Голоса Америки» в развитие информационного общества состоит в том, что он активно включился в освоение новых технологий передачи информации, старается предоставлять своей аудитории широкую и всеобъемлющую информацию, в том числе пропагандирует новые технологии информационного общества.

Новые реалии потребовали и выработки новых форм коммуникации с этой возросшей аудиторией. Информация стала более индивидуализированной (так как каждый пользователь отбирает ее в соответствии со своими интересами). Произошло смещение интересов пользователей в сторону развлекательной информации, даже термин появился — инфотейнмент (от information и entertainment) [Землянова, 1998, с. 87—88]. Претерпела изменение форма подачи информации — стали преобладать более крупные заголовки, а содержание материала пользователь может скачать в соответствии со своими потребностями. Широкое развитие получают средства мультимедиа, например интерактивные уроки американского английского, различные компьютерные клипы, музыкальные файлы и т.п. Также в Интернете доступны видеоклипы «Голоса Америки» (бывшая телесеть «Уорлднет», развивающаяся с 1984 г.).

В передачах «Голоса Америки» подчеркивается, что радиовещание, телевидение, сайт в Интернете, радио- и телевещание через Интернет и по спутниковой связи, ретрансляция этих передач местными радио- и телестанциями по всему миру — это единый медийный комплекс[15]. Все это позволяет сделать однозначный вывод, что все проекты «Голоса Америки», связанные с Интернетом, — это серьезная и перспективная составляющая внешнеполитической пропаганды Соединенных Штатов Америки.

Конечно, задачей внешнеполитической пропаганды становится не только проблема освоить новые технические средства и новые формы общения с аудиторией. Ее миссия, по мнению аналитиков «Голоса Америки», видится значительно шире. И прежде всего это объединение народов мира для борьбы с новыми угрозами — международным терроризмом, распространением оружия массового поражения, экологической катастрофой, истощением природных ресурсов, неравномерным распределением природных богатств в мире и т.д.

Уже набравшие силу процессы глобализации все больше приводят к унификации различных культур, заставляя теоретиков беспокоиться о сохранении национальной идентичности. Так что противоборство и унификация — два разнонаправленных фактора, отражающихся в том числе и на международных средствах массовой информации. Широкое развитие Интернета и связанных с ним технологий способствует, скорее, сближению различных культур. И, что особенно важно, представители разных стран, рассеянные по всему миру, получили легкий и свободный доступ к своей национальной культуре и своему языку посредством Интернета. Можно с уверенностью прогнозировать, что и внешнеполитическая пропаганда различных стран, включая пропаганду «Голоса Америки», будет расширять различные формы своего присутствия в Интернете. Она также будет активно использовать и другие появляющиеся современные технические средства информации. Для ряда регионов мира и стран, где развитие Интернета пока отстает, очень важными остаются традиционные радиопередачи. Однако в перспективе и там процесс развития коммуникаций будет ускоряться. Еще больше расширится информационное пространство — и люди получат большую свободу выбора, возможность удовлетворить любые информационные потребности.

[15] Voice of America in English. 28.05.2002.

Список литературы

Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990—2007. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007.

Засурский Я.Н. Зарубежные СМИ в 2006 г. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2007. № 6.

Землянова Л.М. О парадоксах коммуникационного разнообразия // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1998. № 4.

К мобильному обществу: утопии и реальность / Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009.

Поступила в редакцию
15.06.2012

Оспан Бибигуль Саматкызы, стажер кафедры фотожурналистики и технологий СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: bibigul_art@mail.ru

СТРАТЕГИЯ ИМИТАЦИИ В СТАНОВЛЕНИИ ДИЗАЙНА ДЕЛОВЫХ ЖУРНАЛОВ КАЗАХСТАНА

В статье проведен анализ такой особенности становления дизайна деловой журнальной периодики Казахстана, как стратегия имитации успешного дизайна зарубежных прототипов. Рассмотрены основные факторы, сыгравшие в пользу заимствования; в качестве примеров успешной реализации стратегии имитации рассмотрены журналы «КонтинентТ», «Личные Деньги», "VOX POPULI" (исследуются цели заимствования, методы и результаты).

Перенимание опыта западных и российских изданий является мощным импульсом к совершенствованию казахстанских журналов. Ввиду отсутствия сложившихся традиций художественного конструирования деловых журналов стратегия имитации успешного дизайна зарубежных прототипов, избранная издателями-первопроходцами, стала закономерной эволюционной ступенью и сыграла важную роль как в развитии самих деловых журналов, так и в осмыслении издателями принципов эффективного дизайна, применяемых зарубежными коллегами.

Ключевые слова: *деловые СМИ Казахстана, дизайн, стратегия имитации.*

The article analyzes the peculiarities of formation such business magazine periodicals design in Kazakhstan, as an imitation strategy of successful design of foreign counterparts. The main factors that have played in favor of borrowing and as examples of successful implementation of the imitation strategy, magazines as "ContinenT", "Lichnye Dengi", "VOX POPULI" (intentions of borrowing, methods and results is studied) are considered.

Adoption of the Western and Russian media experience is a powerful momentum for the improvement of Kazakh magazines. In the light of absence of traditions of artistic design of business journals, imitation strategy of successful international design prototypes, selected by publishing pioneers were a legitimate evolutionary stage and played an important role in the development of own business magazines and in publishers understandings of the principles of good design, used by foreign colleagues.

Key words: *business media in Kazakhstan, design, imitation strategy.*

В течение последних двух десятилетий, с момента распада СССР и перехода постсоветских республик к рыночной экономике, целевое назначение деловых изданий и сама журнальная форма подвергались серьезным эволюционным изменениям — дизайн деловых журналов Казахстана развивался от «архаичного» до «современного» и интенсивно совершенствуется в условиях масштабных технологических перемен. Сегодня деловая пресса Казахстана является одной из престижных и рентабельных областей журна-