


СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 7


Тема: Масова комунікація в умовах глобалізації

План

1. Сутність глобалізації. Засоби масової інформації і формування глобальної культури.
2. Транснаціональні засоби масової інформації.
3. Альтернативні засоби масової інформації як форма соціального протесту і громадянської активності.
4. Інтернет як альтернатива традиційним засобам масової інформації.

 **Основні поняття:** глобалізація, економічна глобалізація, технологічна революція, комунікаційний рух, телекомунікаційні технології, транснаціональні корпорації, урядові організації, неурядові організації, держава, національна держава, політичні структури, культурний обмін, культурна глобалізація, політична глобалізація, глобальні медіа, глобалізація реклами, глобалізація новин, медіаімперіалізм, комерційні ЗМІ, Індімедіа, мейнстрімові ЗМІ, блоги, мультимедійність, персоналізація, інтерактивність.

Методичні рекомендації

 Розкриваючи **перше питання**, необхідно розпочати із аналізу розвитку процесу глобалізації на рубежі ХХ-ХХІ століть. Розкрити сутність глобалізації як підсилення зв'язків і взаємозалежності між різними суспільствами, які складають сучасну людську цивілізацію. Охарактеризувати економічну глобалізацію як формування єдиної глобальної економіки: злиття національних економік в єдину, загальносвітову систему, яка ґрунтується на новій легкості переміщення капіталу, на новій інформаційній відкритості світу, на технологічній революції, на прихильності розвинутих індустриальних країн лібералізації руху товарів і капіталу, на основі комунікаційного руху, нових видів транспорту, телекомунікаційних технологій. Дати визначення поняттю «транснаціональні корпорації (ТНК) та її основні характеристики як головних двигунів глобальної економіки. Розглянути ТНК як комерційні організації, які мають свої відділення в різних країнах світу (наприклад, Кока-кола, Дженерал Моторс, Форд, Кодак, Міцубісі, Нестле, Тойота, Ниссан та ін.). Охарактеризувати ТНК як суб'єктів глобальної, а не національної економіки, яка обмежена державними кордонами. Проаналізувати політичну глобалізацію, яка передбачає зростаючу роль різноманітних політичних міжнародних організацій – як урядових, так і неурядових (професійних, екологічних, благодійних, правозахисних, релігійних та ін.), в міжнародних відносинах. Дати визначення поняттям: «держава», «національна держава», «політичні структури». Охарактеризувати культурну глобалізацію, яка заключається в інтенсифікації культурного обміну між різними суспільствами. Підтвердити, або спростувати тезу про те, що саме культурна глобалізація в найбільшій мірі пов'язана з діяльністю ЗМІ, хоча їх роль є значною і в економічній, і в

політичній глобалізації. Проаналізувати положення про те, що ЗМІ включені в процеси глобалізації і як суб'єкти економічної і культурної діяльності, і як інформаційний посередник, завдяки якому сучасне людство все більше перетворюється в єдине ціле.

✎ Розкриття **другого питання** передбачає аналіз студентом основних факторів, які сприяли формуванню глобального медіа порядку за Е. Гідденсом із посиланням на Д. Хелда. Проаналізувати процес формування транснаціональних, глобальних ЗМІ, який розпочався створенням із створенням міжнародних телеграфних агенцій новин. Розповісти про те, що перша телеграфна агенція Шарля Гаванса була створена у 1835 році в Парижі; в кінці 1840-х років два колишніх співробітника Гаваса – Джуліус Рейтер і Бернард Вольф – створили конкуруючі агенції в Лондоні і Берліні; в у 1882 році було створено перша фінансова телеграфна агенція Доу Джонс та ін. Назвати найбільш впливові на сьогодні інформаційні агенції, які подають новини фактично по всьому світу (наприклад, Havas, Associated Press, Reuters, France Press, UPI та ін.) та міжнародні новинні радіослужби (BBC World Service, Voice of America, Liberty, Free Europe та ін.). Знати той факт, що деякі міжнародні новинні радіостанції нелегально прослуховувалися в СРСР і країнах Східної Європи, що внесло свій вклад у падіння радянської ідеології. Назвати продукцію, яка розповсюджується глобальними ЗМІ (наприклад, телевізійні і радіопрограми: новини, аналітичні, розважальні та ін.; продукція масової культури – фільми, телевізійні серіали, популярна музика, а також реклама та ін.). Охарактеризувати виникнення і розповсюдження кабельного і супутникового телебачення. Проаналізувати сутність глобалізації реклами і глобалізації новин. Розповісти про домінування західноєвропейських і американських ЗМІ. Охарактеризувати створення «образу світу» для людства в цілому західними ЗМІ. Дати визначення поняттю «медіаімперіалізм». Визначити основні характеристики медіаімперіалізму як результату інформаційної нерівності, домінуванню західних компаній на світовому медійному ринку. Проаналізувати основні складові медіаімперіалізму, які виділяються сучасними дослідниками (у роботі В.В. Орлової «Глобальные телесети новостей на информационном рынке»).

✎ **Третє питання** передбачає аналіз альтернативних ЗМІ як створених невеликих груп критично налаштованих однодумців на протигагу домінуючим, «офіційним» і комерційним ЗМІ (західна соціологія). Визначити причини розповсюдження альтернативних ЗМІ. Назвати попередників сучасних альтернативних ЗМІ (наприклад, опозиційна преса епохи буржуазно-демократичних революцій та ін.). Розповісти про роль робочих і профспілкових рухів та інших масових політичних рухів кінця XIX – початку XX століття у розвитку опозиційних ЗМІ. Розкрити сутність преси, брошур, листівок як знаряддя політичної боротьби і пропаганди нових ідеологій. Проаналізувати ЗМІ як засіб політичної боротьби. Охарактеризувати роль молодіжної контр культурної революції 60-початку 70-х років XX століття у становленні альтернативних ЗМІ в західних країнах (розвиток друкованих і електронних (радіо) альтернативних ЗМІ, нелегальних радіостанцій). Проаналізувати сутність громадянських ініціатив в таких галузях як охорона оточуючого середовища, благодійна діяльність, споживацький контроль та інші. Розповісти про

формування власних ЗМІ різноманітними групами меншин, соціальними рухами. Окреслити роль Інтернету у розвитку альтернативних ЗМІ (наприклад, створення власного сайту не потребує великих витрат і зусиль; Інтернет значно менше контролюється державою ніж телебачення і радіо та ін.). Розказати про те, що метою альтернативних ЗМІ є критика існуючого порядку, донесення до аудиторії «альтернативних точок зору» на ті чи інші події та явища, розповсюдження власних поглядів, протистояння ідеологічному впливу офіційних і комерційних ЗМІ; надання слова тим соціальним групам чия думка ігнорується домінуючими масовими ЗМІ. Назвати відмінності альтернативних ЗМІ від корпоративних або відомчих ЗМІ. Розкрити сутність таких характеристик альтернативних ЗМІ як: 1) принципово не комерційний характер; 2) співробітники представляють собою колектив односторонців; 3) тісний зв'язок між авторами і аудиторією; 4) специфічні джерела інформації; 5) небагато чисельна (у порівнянні із масовими ЗМІ) аудиторія. Проаналізувати виникнення проекту Indimedia, що було викликано необхідністю формування ЗМІ, орієнтованого вже не на вузькі специфічні групи, а на доволі широку аудиторію тих, хто незадоволений тенденційною подачею інформації в домінуючих ЗМІ. Перерахувати відмінності Індімедіа від мейнстрімових ЗМІ. Розповісти про Вікіпедію, як масштабний міжнародний Інтернет-проект, який дозволяє широким верствам зацікавлених громадян приймати безпосередню участь у створенні і широкому розповсюдженні інформації. Проаналізувати такі недоліки будь-яких альтернативних ЗМІ як: 1) обмеженість матеріальних ресурсів; 2) обмежені можливості для отримання інформації; 3) незначна аудиторія; 4) непрофесіоналізм. Розповісти про альтернативні ЗМІ неонацистських угруповань.

☞ У **четвертому питанні** необхідно проаналізувати Інтернет-ЗМІ, в тому числі корпоративні, а також блоги, які створюються приватними особами (які в юридичному сенсі «ЗМІ» поки, що не є), відкривають нові можливості нові можливості для бізнесу і представляють для нього достатньо великий інтерес. Розповісти про те, що ринок реклами в Інтернеті зростає рекордними темпами, виробляються нові маркетингові стратегії, які враховують можливості і переваги Інтернету. Перерахувати особливості Інтернету як засобу масової комунікації: 1) мультимедійність – Інтернет об'єднує візуальні, звукові, печатні, відео-аспекти інших ЗМІ; 2) персоналізація – Інтернет забезпечує можливість пошуку необхідної користувачу інформації, крім того він надає можливість формування, так званого «адресного контенту», який враховує думку і бажання споживача «інформаційного продукту»; 3) інтерактивність – Інтернет пропонує діалог, а не монолог, який передбачають традиційні ЗМІ; взаємодія діалог і зворотній зв'язок між сотнями користувачів можливі через електронну пошту, інформаційне табло, форуми, чати і телеконференції; 4) відсутність посередників – Інтернет дає можливість прямого доступу до інформації; 5) гіпертекстуальність – Інтернет надає можливість переходу від одного тексту, який містить гіперпосилання, до інших текстів, і цей процес може бути безкінечним; в даному сенсі Інтернет нагадує культуру в цілому, кожен елемент якої вписаний в складну мережу значень.

Питання для самоконтролю

1. Що таке глобалізація?
2. Як проявляється глобалізація в економіці, політиці і в культурі?
3. Яку роль в глобалізації відіграє вдосконалення комунікаційних технологій?
4. Що таке транснаціональні ЗМІ? В чому полягає їх специфіка?
5. Які фактори сприяли появі транснаціональних ЗМІ?
6. В чому сутність концепції медіаімперіалізму?
7. Що таке «глобальний медіапорядок»?
8. Які фактори сприяли формуванню медіапорядку?
9. Які глобальні телеканали Ви знаєте?
10. Яку роль відіграють ЗМІ у формуванні глобальної культури?
11. Як глобальна нерівність впливає на формування глобальної культури?
12. Чи призводить глобалізація культури до культурної уніфікації, поступовому зникненню культурних відмінностей між суспільствами?
13. Що таке альтернативні ЗМІ?
14. Які передумови призводять до їх появи?
15. В чому полягає специфіка альтернативних ЗМІ?
16. Як розвиток Інтернету впливає на альтернативні ЗМІ?
17. Як функціонує і які задачі ставить Індімедіа?
18. Як Ви думаєте, які перспективи розвитку альтернативних ЗМІ із врахуванням постійного вдосконалення комунікаційних технологій?