

**Глобализационные тенденции национальной медиагруппы RTVE:
географический и содержательный аспекты**

Научный руководитель – Курышева Юлия Владимировна

Стасишина Юлия Михайловна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра международной журналистики, Санкт-Петербург, Россия
E-mail: juliest0704@gmail.com

Глобализация является, с одной стороны, основой формирования информационного общества, с другой, - его результатом. В самом общем понимании глобализация - это «усиление взаимосвязанности, взаимозависимости современного мирового сообщества, расширение спектра взаимодействия культур, государств и индивидов» [2].

La Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE) - государственная медиагруппа, которая осуществляет теле- (Televisión Española - TVE) и радиовещание (Radio Nacional de España - RNE). RTVE - единственная общественная телерадиокомпания на аудиовизуальном рынке Испании [1]. Основную цель корпорации генеральный директор обозначает как «популяризация национальных идей в Испании и за ее пределами» [1].

Географический аспект

Анализируя глобализационные перспективы медиакомпаний, в первую очередь, следует рассматривать географический аспект. Чем шире представлена география аудитории, тем увереннее можно говорить о вхождении медиа в глобальное информационное пространство.

Наряду с национальным вещанием на территории Испании корпорация осуществляет и иновещание с целью «приблизить Испанию к эмигрантам» и распространить испанские взгляды и культуру.

«Radio Exterior» - «внешнее радио Испании» распространяет новости, развлекательные, образовательные программы. Вещание ведется на испанском, каталонском, английском, французском, арабском, русском, португальском и сефардском языках. Материалы на иностранных языках составляют около 25% от общего эфирного времени. В программу вещания включены новости не только из Испании, но и из других регионов мира («Африка сегодня», «Америка сегодня», «Азия сегодня»).

«Телевидение Испании» также включает несколько каналов, осуществляющих вещание за пределами Испании: TVE Internacional, 24h, Star TVE HD. TVE Internacional, в свою очередь, подразделяется на: TVE Internacional América 1/América 3 (включает следующие страны: восточное побережье США, Аргентину, Чили, Бразилию, Уругвай, Перу, Венесуэлу и другие государства этого региона), TVE Internacional América 2 (западное побережье США, Канада, Мексика, центральная Америка, и Доминиканская Республика), TVE Internacional Европа (западная и восточная Европа, европейская часть России, Африка, Малая Азия и Ближний Восток), TVE Internacional Asia (часть Аравийского полуострова, центральная и юго-восточная Азия, Австралия, Новая Зеландия и острова Тихого океана). Международный канал «24 часа» (24h) осуществляет вещание в странах Америки и Европы. Контент канала тот же, что и в испанской версии. Исключение составляет реклама: она может быть связана со страной, на территории которой ведется вещание. «Star TV HD» - научно-популярный канал, вещающий на всем Американском

континенте. Основу его программы составляют сериалы научно-популярных и научно-фантастических жанров.

Содержательный аспект

Однако географический анализ не может полностью раскрыть тенденции глобализации конкретных СМИ или медиагруппы. На микроуровне необходимо изучать и содержательный аспект. С точки зрения содержательного подхода к изучению форм глобализации изучению подлежит: наличие иностранных колонок в прессе и зарубежной информации в новостях, а также расширение географии посредством вкладок в электронных версиях СМИ [3].

Результаты содержательного анализа соотносятся с географическим: в материалах упоминаются практически в равной степени все регионы, на которые распространяется вещание корпорации. Материалы были отобраны на официальном сайте RTVE в разделах телевидение и радио посредством контент-анализа по ключевым словам. В качестве таковых были выбраны страны, которые доминируют в международной информационной повестке дня на протяжении последних трех лет (США, Китай, Германия, Россия, Сирия, Украина), а также регионы, которые, как правило, не являются лидерами по попаданию в мировые новости. Интерес к ним эпизодичен (Африка и страны Латинской Америки).

Присутствие или отсутствие тех или иных государств в рубриках на международную тему помогает определить страны - информационные лидеры, а также определить стратегии изданий в глобальном информационном пространстве. Лидером по упоминанию являются США. В основном - это материалы на политическую и экономическую тему. Ключевые слова по США - это выборы, Дональд Трамп, Хилари Клинтон, Барак Обама. На втором месте по количеству материалов - Африканский континент. Ключевые слова по Африке - это Египет и природа, а главные темы - это благотворительность, бедность, политика. Количество материалов, посвященных Германии и Китаю, примерно одинаковое. Они рассматриваются в контексте взаимоотношений с Испанией и развития сельского хозяйства. По России материалов на телевидении оказалось в два раза больше, чем на радио. Основные темы - война в Сирии, спорт. Внимание к Сирии обусловлено военным конфликтом в стране. В то же время интерес к Украине не велик, что говорит о том, что с завершением военных действий в стране, это государство уже не имеет информационной ценности для медиапространства испаноговорящих стран. При этом конфликту на Украине посвящена отдельная страница на сайте RTVE, где собраны все материалы, и подробно описана хроника событий конфликта. Количество материалов о Латиноамериканских странах - Мексике, Бразилии, Аргентине - одинаковое. По Мексике ключевые темы - проблемы общества (криминальные события) и миграционная политика нового президента США. Аргентина и Бразилия упоминаются чаще всего по теме спорта. У каждой из этих Латиноамериканских стран есть свои отдельные постоянно обновляющиеся страницы на сайте RTVE, где собраны все последние новости и аналитические материалы.

Главная задача для компании RTVE - поддержание благоприятного имиджа Испании и создание культурных, социальных и информационных связей между испаноговорящим населением всего мира.

Источники и литература

- 1) Пую А. С. Современная зарубежная журналистика. Глокализация в практике западноевропейских СМИ. СПб.: Издательский Дом Санкт-Петербургского государственного университета, 2010.

- 2) Сайко Е. Л. Массмедиа В Эпоху Глобализации: основные характеристики и тенденции // Вестник томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2011. No. 4. С.44-49.
- 3) Yulia Kuryшева, Anatoli Puiy, Anna Litvinenko, Aleksei Bykov, Iuliia Danilova. Global Journalism: Main Aspects of Conceptuaization. // International Review of Management and Marketing. 2015. No. 5. С.67-72.