

УДК 070.11(8=6)

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЛАТИНОАМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЫ В УСЛОВИЯХ ПРОТИВОСТОЯНИЯ НЕОЛИБЕРАЛЬНОГО КАПИТАЛА И ЛЕВОСОЦИАЛИСТИЧЕСКИХ ИДЕЙ

© 2012 Т.А. Осенкова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 18 марта 2012 г.

Аннотация: Статья посвящена тенденциям развития латиноамериканской прессы в условиях идеологического и политического разделения континента на государства, официально придерживающиеся левой, правой и социал-демократической идеологии. Исследование проводилось на основе данных о развитии газетной и журнальной периодики в Латинской Америке.

Ключевые слова: Латинская Америка, пресса, пресса Латинской Америки, новые социалистические государства, неолиберализм, социализм, центристские правительства, Куба, Венесуэла, Чили, Мексика, Перу, Аргентина, Бразилия, медиамонополии, медиамагнаты.

Abstract: This article is devoted to trends in the development of Latin American press in terms of ideological and political division of the continent at the states formally adhere at the left, right and the social-democratic ideologies. The investigation was conducted on the basis of data on the development of newspaper and magazine periodicals in Latin America.

Key words: Latin America, the press, the press in Latin America, the new socialist state, neo-liberalism, socialism, the centrist government, Cuba, Venezuela, Chile, Mexico, Peru, Argentina, Brazil, media monopolies, media magnates.

Рынок средств массовой информации Латинской Америки удивляет европейского исследователя своей уникальностью: с одной стороны мы наблюдаем глобальные процессы, характерные для мирового медиарынка, с другой стороны, ни на каком другом континенте мы не увидим такой масштабной идеологической борьбы, развернувшейся в масс-медиа. Этот процесс можно объяснить рядом факторов. Конечно же огромную роль играет современная политическая обстановка в регионе, не последняя роль отводится и культурологическому аспекту. Но для того чтобы вникнуть в суть происходящего на информационной арене, стоит разобраться в том, что собой представляет рынок периодической печати региона.

Периодическая печать в Латинской Америке имеет ряд характерных для этого континента тенденций. Основными характеристиками латиноамериканского медиасектора являются:

- информационные войны неолиберального капитала и социалистических государств Латинской Америки;
- стремление социалистических государств создать в Латинской Америке альтернативные источники информации;
- усиление социалистической прессы;
- дихотомия успехов социалистической идеологии и преимущественно частной собственности на СМИ [1].

© Т.А. Осенкова, 2012

Также для латиноамериканской периодики (по преимуществу — частной) характерно расслоение между «большой» столичной прессой и остальными печатными изданиями, которые находятся в достаточно сложных экономических условиях. Несмотря на наличие в ряде стран Центральной и Южной Америки многочисленных групп населения, владеющих только индейскими языками (кечуа, аймара, гуарани и др.), периодические издания выпускаются преимущественно на европейских языках — испанском либо португальском. Наличие значительного процента неграмотности, экономические факторы препятствуют достижению в Латинской Америке уровня обеспеченности населения периодическими изданиями, характерного для европейских стран, США и Японии.

Отметим также элитарность периодической печати: в большинстве стран Латинской Америки пресса не является источником информации для масс, отсюда относительно невысокие тиражи даже самых популярных газет.

С другой стороны, в последние годы латиноамериканская пресса, не только не потеряла читателей, но и приобрела новых. С 2005 по 2009 год, суммарный тираж латиноамериканских изданий вырос на 5 %, на сегодняшний день тиражи продолжают расти. Специалисты обосновывают эту тенденцию тем, что в Латинской Америке пока нет такого давления со стороны «новых медиа» [2]. По данным Internet World Stats, только 36,7 % населения континента являются интернет-поль-

звателями (данные на 2011 год), для сравнения процент интернет-юзеров в Европейских странах составляет около 58,3 % [3]. Но и в Латинской Америке Интернет с каждым годом добирается до самых удаленных уголков, а это значит, что у Латиноамериканской прессы есть немного времени, чтобы перенять положительный опыт европейской периодики, а также воплотить свои оригинальные решения, чтобы заставить как можно больше людей остаться верными традиционным СМИ.

Было бы несправедливо утверждать, что латиноамериканская пресса идентична по всему континенту — каждое государство обладает своими особенностями. Для более удобного анализа мы можем разделить государства Латинской Америки 3 группы:

А) Страны с социалистическим правительством.

К группе стран с социалистическим правительством можно отнести Рес-публику Куба, Венесуэлу, Боливию, Никарагуа, Эквадор.

Основная часть периодических изданий в социалистических государствах Латинской Америки принадлежит частному капиталу, поэтому является оппозиционными. Например, в Венесуэле одна из крупнейших газет «El Nacional» принадлежит медиамагнату Мигелю Энрике Отеро. А крупнейшее боливийское издание «El Diario» принадлежит семье Карраско — одной из самых влиятельных семей в Ла-Пасе.

Исключением является Куба, где все СМИ — государственные. Несмотря на отсутствие конкуренции, кубинские СМИ качественно отличаются по содержанию от аналогов за рубежом (например, газета «Гранма» — официальный орган ЦК компартии Кубы, дает огромное количество взвешенной информации о событиях в Латинской Америке и мире, она доступна бесплатно в формате pdf, выходит на 5 языках).

Основная часть оппозиционных ежедневных изданий давно можно причислить к средним — изначально создававшиеся как качественные, они совершенно утратили черты качественной газеты, но от желтой прессы их отличает масштабы проблем, которые они освещают.

Местный журнальный рынок развит достаточно слабо: большой популярностью пользуются местные издания американских журналов. Например, главным конкурентом крупнейшего бразильского журнала «Manchete» на протяжении долгого времени является португалоязычное издание Readers Digest Selecoes.

Б) Страны с правым правительством

Крупнейшие издания, выходящие в странах Латинской Америки с правыми правительствами, являются собственностью медиамагнатов. Эти издания защищают интересы правящей элиты. Их задача — привить антипатию читательской аудитории к левой оппозиции. Колумбийская

газета «El Tiempo», одна из старейших газет Латинской Америки, считающаяся качественным изданием, периодически публикует на своих страницах сплетни о личной жизни колумбийских оппозиционных политиков, а также левых лидеров соседних стран. Гондурасская газета «La Tribuna», одно из самых агрессивных правых изданий, поддержавшее в 2009 году Военную Хунту, и вовсе принадлежит известному политическому деятелю, бывшему президенту Карлосу Роберто Флоресу Факуссе.

Большинство оппозиционных изданий в странах с правым режимом сталкиваются с крупными проблемами. Например, после переворота в Гондурасе многие издания левого толка были закрыты.

В Перу и Колумбии некоторые левые движения были давно объявлены террористическими, и, естественно, не имеют никакого права самовыражения в прессе, а малейшие попытки выступить против действующей власти рассматриваются как сочувствие террористам.

Результатом засилья неолиберальной прессы, которая дает однотипную проправительственную информацию, являются низкие тиражи. Например, самой нечитающей страной является Мексика, где на СМИ, вдобавок ко всему, оказывают давление наркокартели. Самыми популярными изданиями здесь являются спортивные издания (такие как издание «Esto»).

С другой стороны, некоторые крупные леворадикальные газеты все-таки выстояли против капитала, и имеют действительно преданную читательскую аудиторию (например, перуанская газета «Республика» долгое время была оплотом левой оппозиции, несмотря на то, что неолиберальной правительством любыми способами старалось подавить в населении брожение социалистических идей, издание было одним из самых популярных в Перу).

В) Страны с центристским правительством

Помимо стран, которые занимают крайне левые и крайне правые позиции, в Латинской Америке существуют несколько государств, которые зачастую называют «розовыми». Правительства этих государств поддерживают отношения как с Кубой и Венесуэлой, так и с Колумбией и Мексикой. Зачастую лидеры выступают с поддержкой социалистических государств на международной арене. К таким странам можно отнести Аргентину, Перу и Бразилию. Центристское направление политики этих государств, не могло не оказать влияния на систему периодической печати внутри государств.

Ситуация на рынке печати данной группы стран сильно отличается от ситуации в других латиноамериканских странах. Печатный рынок данной группы — относительно сбалансирован,

издания разных политических направлений одинаково доступны читателям. Самыми популярными изданиями являются авторитетные газеты центристской направленности. Например, газета «Clarín», занимающая национально ориентированные позиции и высказывающая недовольство гегемонией США, сегодня успешно конкурирует с правой газетой «La Nación», принадлежащей семье скотоводов-промышленников, несмотря на то, что это издание лидировало много лет.

С другой стороны, некоторые тенденции в сфере СМИ в этих странах вызывают опасения. Дело в том, что лидерами на медиарынках являются огромные медиаконцерны, например, «Глобо», «Группо Абрил» и т.д., которые в любой кризисной ситуации могут попасть под влияние одной из сторон конфликта.

При исследовании рынка периодической печати Латинской Америки можно заметить, что основные издания этого региона, наиболее влиятельные и выходящие большими тиражами, принадлежат частному капиталу, при этом специфической тенденцией латиноамериканского медиарынка можно назвать не просто тяготение к частному капиталу, а своего рода клановость. Крупнейшие средства массовой информации на континенте принадлежат семьям (Карраско, Митре, Отеро, Мариньо и т.д.). Газетный бизнес передается из поколения в поколение несколько десятков лет, некоторые «печатные династии» насчитывают более чем вековую историю.

В большинстве случаев — это массовые и «средние» газеты. Во-первых, потому что средние и бедные слои населения чаще всего не готовы воспринять серьезную, важную информацию. Информационные сообщения большинство привыкло развлекать развлекательными материалами, сенсациями, криминальной хроникой и гороскопами. Постоянно покупать качественную прессу большинству попросту неинтересно, а выписывать — дорого.

К тому же, по мнению латиноамериканского обывателя, все, что нужно способна дать массовая газета, которая всегда активно пытается создать имидж защитницы народа — красочно рассказать о пороках современного общества, «разоблачить» власть, покопаться в личной жизни влиятельных людей.

Еще одна чисто «латиноамериканская» причина склонности к массовой прессе — разочарование читателя в качественной прессе. Яркий пример тому — история падения статуса венесуэльской газеты «Насьональ». Резкое падение рейтинга этого издания произошло после того как в 2002 году, с ее страниц шла агитация государственного переворота. Несмотря на то что после этого редакционный коллектив

подписал договор об объективности и независимости издания. Спустя семь лет, газета так и не смогла вернуться на свою нишу. Самое популярное издание Венесуэлы сегодня — газета «Ультимас Нотисьяс», относящаяся к власти более лояльно.

Еще одна особенность Латиноамериканской прессы — популярность партийной прессы. В первую очередь это касается левых изданий. В последнее время сильно увеличились тиражи бразильской газеты «Инверта». Несмотря на то что издание выходит на португальском языке, оно пользуется популярностью на всем континенте.

Особую нишу занимает кубинская пресса. Хотя возможность пользоваться Интернетом у кубинцев появилась совсем недавно, практически все основные издания, радиостанции и телеканалы Кубы уже давно имеют качественные сайты, где желающий может бесплатно скачать свежий номер, послушать или посмотреть новую передачу, более того, некоторые статьи публиковались на 5 языках. Совершенно понятно, что такая возможность была рассчитана не на кубинский народ, а для пользователей из других стран, которые интересуются жизнью на Кубе.

Для сравнения, на сайтах других влиятельных изданий Латинской Америки, выходящих огромными тиражами, такой возможности нет. В лучшем случае там есть перевод новостей на английский язык. На сайте бразильской «Глобо», вся информация представлена только на португальском языке, получить электронную версию издания можно только за дополнительную плату. Эти факты могут говорить о том, что издателя интересует больше коммерческая сторона вопроса, чем желание донести информацию или заинтересовать иностранного независимого читателя, способного объективно смотреть на освещаемые события.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства / В.И. Сапунов. — СПб., 2006. — С. 34.
2. В Латинской Америке обнаружился бум печатной прессы. — (<http://www.lenta.ru/news/2011/03/11/print>).
3. Мировая интернет-статистика. — (<http://www.internetworldstats.com>).
4. Справочник «Изучение стран». — (<http://countrystudies.us>).
5. Справочник «Полпред.ком». — (<http://polpred.ru>).
6. Сайт газеты «Ла Насьон» (Аргентина). — (<http://lanacion.com.ar>).
7. Сайт газеты «Эль Диарио» (Боливия). — (<http://eldiario.net>).
8. Сайт газеты «О Глобо» (Бразилия). — (oglobo.globo.com).
9. Сайт газеты «Инверта» (Бразилия). — (<http://inverta.org>).
10. Сайт газеты «Эль Насьональ» (Венесуэла). — (elnacional.com).
11. Сайт газеты «Ультимас Нотисьяс» (Венесуэла). — (<http://ultimasnoticias.com.ve>).
12. Сайт газеты «Гранма» (Куба). — (www.granma.cubaweb).
13. Сайт газеты «Эль Тиempo» (Колумбия). — (www.eltiempo.com).

Осенкова Т.А. Аспирант факультета журналистики ВГУ. E-mail: m.tatiana@mail.ru

Osenkova T.A. The post-graduated student of Department of Journalism, Voronezh State University.