
ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ МИРОВОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА: ОТ ПЕРВОГО ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА ДО ИНТЕРНЕТА*

В.В. Сбруев

Кафедра теории и истории журналистики
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Макляя, 6, Москва, Россия, 117198

Статья подготовлена на основе доклада «История и журналистика: становление информационного пространства», прочитанного автором во время международной летней школы-семинара «Журналистика и наука: подготовка и реализация научно-образовательной программы для ученых и журналистов», проведенной в Российском университете дружбы народов 4—8 июля 2011 г.

Ключевые слова: информация, информационное пространство, агентство, печать, радио, телевидение, Интернет, экспансия, пропаганда, новый международный информационный порядок.

В своем развитии и становлении мировое информационное пространство прошло несколько этапов. Особенности каждого из них определялись событиями международного масштаба — революциями, войнами, распадом колониальной системы, «холодной войной» между государствами с разными общественными устройствами, а также прогрессом в области информационных технологий, изобретением телеграфа, формированием крупных информационных агентств, новым типографским оборудованием, а также новыми каналами распространения информации (радио, телевидение, Интернет и др.), а также причинами политического, экономического, идеологического, культурного характера и т.д.

Первый период формирования мирового информационного пространства продолжался с середины XIX в. до конца Первой мировой войны в наиболее развитых в экономическом отношении европейских государствах, в которых происходил процесс качественного и количественного роста периодической печати, что сопутствовало развитию капиталистических отношений, перехода капитализма в высшую стадию развития империализма. В последней трети XIX в. начался территориальный раздел мира между ведущими европейскими державами, который сопровождался информационным прикрытием со стороны информационных монополий, набравших влияние к этому времени.

Данный период характеризуется появлением массовой периодической печати, формированием политических партий и партийной печати. Точной датой начала первого этапа международного информационного пространства можно считать появление информационных агентств, которые играли и продолжают играть до настоящего времени ведущую роль в развитии информационного пространства. Первым информационным агентством в мире стало французское «Гавас», основанное в Париже в 1835 г. За ним последовали германское «Вольф» (1849) и англий-

* Публикация подготовлена в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009—2013 гг.; Г/К № 14.741.12.0178 от 16 июня 2011 г.

ское «Рейтер» (1851), которые относительно быстро монополизировали первые телеграфные линии. В 1851 г. подводный телеграфный кабель соединил Англию с материковой частью Европы, а затем телеграф начал свое шествие по другим континентам. За несколько десятилетий телеграфный кабель соединил многие столицы и крупные города Европы, Америки и других континентов.

В 1870 г. состоялся первый раздел информационного пространства между тремя европейскими агентствами. Согласно договору о разделе сфер влияния «Рейтер» получил право собирать и распространять информацию на территории Британской империи и на Дальнем Востоке, германское агентство «Вольф» — в Австрии, скандинавских странах и в России, а «Гавас» — во Франции, Португалии, Италии и Латинской Америке. Уже в середине 1970-х гг. «Гавас» имел своих представителей во многих столицах латиноамериканских государств — Рио-де-Жанейро, Монтевидео, Сантьяго-де-Чиле, Буэнос-Айресе. Свои позиции в латиноамериканских странах «Гавас» сохранял до Первой мировой войны. На рубеже XIX—XX вв. информацию «Рейтера» стали получать периодические издания Южной и Западной Африки.

В середине XIX в. информационные агентства основываются и в Соединенных Штатах Америки. В 1848 г. крупнейшими газетами Нью-Йорка было создано «Ассошиэтед пресс» (АП). Руководители этих шести газет Нью-Йорка решили приложить совместные усилия и предусмотреть необходимые совместные расходы для получения самой необходимой информации. Они учредили новую организацию — «Ассошиэтед пресс», расходы на которую лишь в первый год ее существования составили 10 тыс. долларов. Однако гражданская война в США в 1860—1865 гг, конкурентная борьба на национальном информационном рынке задержали выход этого агентства на мировой рынок до конца Первой мировой войны. Быстроразвивающиеся средства массовой информации способствовали основанию других информационных агентств, которые появились в первом десятилетии XX в. В 1907 г. было создано «Юнайтед пресс» (ЮП), а в следующем году — «Интернэшнл ньюс сервис» (ИНС).

Европейские агентства «Вольф», «Гавас» и «Рейтер» пользовались поддержкой своих правительств. Интересную характеристику информационной политике агентства «Вольф» дал российский министр С.Ю. Витте, который в 1902 г. писал, что «сообщение за границу сведений о России, а равно получение необходимых известий из-за границы... происходит под контролем и цензурой агентства Вольфа, проводящего эту цензуру с точки зрения германских интересов, известны случаи, когда это агентство отказывало передавать весьма важные для нас телеграммы, которые, по его мнению, не отвечали означенным интересам».

Первая мировая война оказала значительное влияние на состояние информационного пространства. Соединенные Штаты придерживались политики нейтралитета. Однако ряд газет, принадлежавших Херсту, вели пропаганду в интересах Германии. Уже в самом начале войны Англия прервала телеграфное сообщение между Америкой и Германией, а периодические издания США получали международную информацию от «Рейтера». Патриотическую позицию во время войны

заняло французское агентство «Гавас», которое перестало поставлять информацию из Германии латиноамериканским газетам, читателями которых являлись жители немецкого происхождения, в частности аргентинской газеты «*Los Naci6n*» («Нация»).

Владелец газеты Хорхе Митре обратился к американским агентствам с просьбой о поставке необходимой международной информации. Руководство АП ответило отказом, однако Рой Говард, возглавлявший ЮП, дал согласие, и в 1916 г. было подписано соответствующее соглашение, в результате которого ЮП стало первым агентством США, получившим выход на латиноамериканский информационный рынок. Первая мировая война закончилась подписанием мирного договора, в текст которого делегация США безуспешно пыталась внести положение о свободе информации.

В период между двумя мировыми войнами значительно возросла роль информации в международных отношениях. Американские информационные агентства начинают активно проникать в страны Европы и Латинской Америки. В 1927 г. «Рейтер» и «Гавас» заключили договор о сборе и распространении информации на ранее контролируемых территориях. В эти же годы европейские агентства столкнулись с проблемами экономического характера, прежде всего увеличением тарифов на передачу информации из Европы в Америку, а американские агентства стали монополистами на информационном пространстве Латинской Америки.

1920-е гг. явились периодом бурного развития радиовещания практически во всех странах мира. Становление нового канала распространения информации вызвало ряд проблем международного характера. В 1927 г. в Вашингтоне состоялась радиотелеграфная конференция, на которой было принято соглашение о распределении радиочастот между радиослужбами различных государств, а также проведено разграничение между любительскими и коммерческими радиостанциями. В то же время быстрое развитие электротехники заставило 28 государств подписать международную конвенцию на конференции в Берлине, согласно которой государства принимали обязательства по возможности не допускать помех в работе радиоустройств друг друга. В 1932 г. на конференции в Мадриде было учрежден Международный союз электросвязи, который в настоящее время является основным органом ООН, решающим проблемы технического порядка, не касаясь содержания распространяемой информации.

В межвоенный период на мировом информационном пространстве появляются новые участники как следствие развития технического прогресса, а также усложнения международных отношений. Прежде всего это связано с Октябрьской революцией в России, развитием мирового коммунистического движения, образованием Коммунистического интернационала (1919) и его дочерних объединений, которые выпускали сотни периодических изданий, являясь не только каналом распространения качественно новой информации, но и пропаганды. В 1920-е гг. участником мирового информационного рынка становится Телеграфное агентство Советского Союза (ТАСС), которое заключает договоры об обмене информацией со многими национальными агентствами. На рубеже 1920—1930-х гг. московское радио начинает вещание для иностранных слушателей на многих европейских языках.

В эти десятилетия правительственные и неправительственные организации США предпринимают попытки не только увеличить объем распространяемой информации для газет латиноамериканских стран, но и влиять на информационную политику крупнейших периодических изданий. В 1927 г. по инициативе крупнейших американских газет было основано Межамериканское общество печати, объединявшее влиятельные газеты и журналы всего континента. Однако по причине сильных антиамериканских настроений общество не проявляло активности до Второй мировой войны.

Особо необходимо отметить проникновение германского капитала в страны Латинской Америки в 1920—1930-е гг. и основание в этом регионе разветвленной системы средств массовой информации и пропаганды, действовавшей в интересах германского капитала. Интенсивность деятельности пропагандистского аппарата в Латинской Америке резко возросла с приходом к власти Гитлера, поставившего целью распространение фашистской идеологии для завоевания мирового господства. В 1935 г. гитлеровцами было основано «Корреспондентское бюро». В 1929 г. в Аргентине был создан филиал агентства новостей «Трансосеано», имевший свои отделения в ряде стран Центральной и Южной Америки. Уже к середине 30-х годов гитлеровцам удалось поставить под свой контроль некоторые радиостанции Латинской Америки. К началу 1942 г. в странах Латинской Америки действовали 37 контролируемых нацистами радиостанций. В Бразилии выходило 2—3 десятка немецких газет и 40 журналов, календарей, вестников, листков и т.д. Особенно широко были распространены немецкие газеты в крупных городах Бразилии, прежде всего в Порту-Алегри, где из 18 типографий 12 принадлежали немцам. Анализируя идеологическое проникновение фашистской Германии в Латинской Америке, историк Ю.М. Григорьян писал, что, видимо, не будет преувеличением сказать, что ни в Африке, ни в Азии Германия не располагала такой разветвленной сетью периодической печати, как в Латинской Америке.

Распространение идеологии фашизма в странах Европы и Латинской Америки, использование СМИ не только в качестве канала распространения информации, но и агрессивной пропаганды поставили на повестку дня правомерность ведения подобной пропаганды на другие страны. Впервые в истории развития информационного пространства была поднята проблема о качестве распространяемой информации. В этой связи в 1936 г. Лига Наций созвала специальную конференцию, в которой приняли участие представители 37 государств, включая Советский Союз. На конференции было разработана и принята Конвенция об использовании радиовещания в интересах мира, вступившая в силу в апреле 1938 г. Конвенция явилась одним из первых международных актов по регулированию содержания распространяемой информации. Согласно Конвенции, государства брали на себя обязательства по запрету или прекращению на своей территории радиовещания, способного побудить население соседних стран к противоправным действиям, направленным против внутреннего порядка или на подрыв безопасности другого государства, а также следить за тем, чтобы в передачах не содержалось призывов к войне или действиям, которые могут вызвать конфликт между стра-

нами. Одно из положений Конвенции рекомендовало запретить радиопередачи, способные нанести ущерб международному взаимопониманию.

Необходимо отметить, что США, обеспокоенные проникновением Германии в экономику латиноамериканских стран и расширением информационной и пропагандистской деятельности, стали предпринимать действия на вытеснение германских монополий из этого региона. В 1938 г. США основали две радиостанции, вещавшие на испанском и португальском языках на страны Латинской Америки, а во время Второй мировой войны основали несколько информационных служб для освещения боевых действий, а также ряд периодических изданий на испанском языке, одним из которых стал журнал «Ридерс дайджест», тираж которого в военный период достигал нескольких сотен тысяч экземпляров.

Второй период развития мирового информационного пространства охватывает десятилетия после окончания Второй мировой войны до демократизации государств Африканского континента, распада Советского Союза и мировой социалистической системы. В течение этого периода происходили события мирового масштаба: развал колониальной системы, события революционного характера в Латинской Америке, «холодная война», основание авторитетных международных организаций и многие другие, оказавшие непосредственное влияние на техническое, правовое развитие информационного пространства. В эти годы развивается телевидение, которое становится новым каналом распространения информации.

После Второй мировой войны США реанимируют доктрину свободного потока информации. В 1945 г. на Межамериканской конференции по проблемам войны и мира, состоявшейся в Мехико, по инициативе американской делегации была принята резолюция о свободном доступе к информации. Руководство «Рейтера» выдвигает тезисы о том, что информация не является пропагандой, что она не может быть ни английской, ни американской, а представляет собой некий международный товар. Другие западные исследователи СМИ утверждали, что информация должна быть свободной от национальных, классовых, политических и любых групповых влияний.

После Второй мировой войны «Вольф» и «Гавас» уходят с рынка новостей, а их место занимают другие информационные агентства Европы, которые вступают в конкурентную борьбу, прежде всего в латиноамериканских странах. Так, в 1952 г. в Южной Америке начинает действовать итальянское агентство АНСА, в 1966 г. — испанское агентство ЭФЭ, которое относительно быстро отвоевывало информационное пространство у американских агентств. Если в 1966г. подписчиками ЭФЭ были 7 редакций газет, радио и телевидения, то к концу 1969 г. число клиентов в 12 латиноамериканских странах достигло 316.

С 1962 г. начинаются исследования информационного рынка Латинской Америки. Первое исследование было проведено СИЕСПАЛ (Международный центр исследований коммуникации для Латинской Америки). Согласно данным СИЕСПАЛ, полученным в 1962 г., 73,3% международной информации, публикуемой влиятельными газетами латиноамериканских стран, было получено от американских агентств ЮПИ и АП и только 15% от западноевропейских агентств «Рей-

тер», ДПА и АНСА. Информация международного характера, полученная от ЮПИ и опубликованная в газетах, колебалась на уровне 49% в 1962 г., а в 1967 г. упала до 39% и продолжала снижаться в последующие годы. В то же время объем аналогичной информации, опубликованной латиноамериканскими газетами, полученной от АП в 1962 г. составил 29,8%, однако в 1966 г. возрос до 40,8%.

«Холодная война» потребовала основания новых информационных агентств, которые стали создаваться в различных странах мира. Одним из них явилось Информационное агентство США (ЮСИА), основанное по решению конгресса США в августе 1953 г. ЮСИА располагало огромным бюджетом, расходуя на пропагандистские кампании до 1 млрд долл. ежегодно. Кроме ЮСИА активными участниками «холодной войны» являлись Центральное разведывательное управление (ЦРУ), военное ведомство США Пентагон, а также уже упоминавшееся Межамериканское общество печати.

На рубеже 1950—1960-х гг. происходит реорганизация и активизация советских СМИ, занимавшихся внешнеполитической пропагандой. В эти годы ТАСС превращается в мировое информационное агентство. В 1967 г. оно имело отделения и корреспондентские пункты практически во всех европейских странах, в 15 латиноамериканских и 24 африканских государствах. ТАСС имел договоры об обмене информацией с 37 иностранными агентствами.

В 1950—1960-е гг. в СССР значительно расширилось радиовещание на зарубежные страны. Вещание велось на 77 языках народов мира, а его аудитория достигала 100 млн человек.

В 1961 г. в СССР было основано Агентство печати «Новости» (АПН), которое являлось не государственной, а общественной структурой. В уставе АПН отмечалось, что оно «является информационным органом советских общественных организаций и имеет своей целью путем широкого распространения за рубежом правдивой информации о Советском Союзе... Государственные органы не несут ответственности по деятельным, финансовым обязательствам и иным действиям Агентства печати „Новости“, равно как и агентство не несет ответственности по претензиям, обращенным к Советскому государству и другим советским организациям».

АПН сотрудничало более чем с 4,5 тыс. СМИ 120 стран, среди них информационные агентства, газеты, журналы, теле- и радиокomпании и т.д. В конце 1970-х гг. АПН издавало за рубежом около 30 иллюстрированных журналов и 5 газет. Общее число бюллетеней и пресс-релизов, выпускаемых АПН, превышало 150 названий. Одновременно различными советскими организациями издавались газеты и журналы на многих иностранных языках. Среди них «Советский Союз», «Советская женщина», «Культура и жизнь», дайджест «Спутник», а также газета «Московские новости», которая распространялась примерно в 140 странах общим тиражом до 1 млн экз.

Развал колониальной системы, усиление классовой и антиимпериалистической борьбы в Азии, Африке и Латинской Америке способствовали основанию национальных агентств и информационных служб, а также региональных инфор-

мационных агентств в развивающихся странах. Первым региональным агентством стало «Пренса Латина», основанное в 1959 г. по инициативе кубинских лидеров и имевшее своей целью прорыв информационной блокады, установленной США. Создание агентства было поддержано демократической общественностью латиноамериканских стран, а также странами социалистического содружества. «Пренса Латина» быстро завоевало авторитет. В 1978 г. оно имело 38 отделений во многих странах мира, среди них 12 корпунктов в Латинской Америке, 10 в странах социалистического содружества, 7 — в странах Западной Европы, 4 — в Африке и на Среднем Востоке и 2 — в азиатских государствах. В конце 1970-х гг. «Пренса Латина» ежедневно передавало от 250 до 300 сообщений на испанском, французском и английском языках, а также готовило несколько ежедневных, еженедельных бюллетеней и других периодических изданий.

Необходимо остановиться и на одном из феноменов развития латиноамериканского информационного пространства. Речь идет об агентствах, основанных европейскими информационными агентствами, целью которых было ведение более успешной конкуренции с американскими агентствами, и латиноамериканскими СМИ, пытавшимся избавиться от информационной зависимости со стороны США и удешевить свою продукцию. Первым таким агентством стало «Латин» (Латиноамериканское агентство информации), основанное в 1970 г. влиятельными газетами ряда латиноамериканских стран и агентством «Рейтер». Деятельность этого агентства продолжалась относительно короткое время. Основными причинами прекращения его функционирования были причины политического и экономического характера. Так, перуанская газета «El Comercio» («Торговля»), являвшаяся членом агентства, была экспроприрована прогрессивным военным режимом Веласко Альварано, чилийская газета «El Mercurio» в эти годы вела активную пропагандистскую кампанию против марксистского правительства Сальвадора Альенде и нелегально финансировалась различными организациями США. «Латин» испытывало постоянные нападки со стороны крупнейших американских газет, обвинявших агентство в связях с ЦРУ.

В 1972 г. испанское агентство ЭФЭ совместно с рядом центральноамериканских СМИ предприняло создание совместного агентства. ACAN-EFE (Центральноамериканское агентство новостей) в форме акционерного общества. В течение длительного времени агентство работало с дефицитом. Кроме того, отдельные исследователи отмечали, что персонал агентства был недостаточно квалифицированным, оно передавало мало событийной информации, а это понижало эффективность его деятельности. ACAN-EFE не заключало договоров об обмене информацией с другими агентствами. Общее число сотрудников составляло немногим более 20 человек. В 1978 г. агентство насчитывало около 50 подписчиков.

Другим агентством, основанном при непосредственном участии европейского агентства, стало КАНА (Карибское агентство новостей), созданное с помощью агентства «Рейтер» и объединявшее независимые СМИ стран Карибского бассейна. Агентство КАНА было основано в январе 1976 г. Однако по ряду причин политического и финансового характера КАНА не смогло решить задачи, поставленные его членами при основании.

В 1970—1980-е гг. среди неприсоединившихся стран развивается идея установления нового международного информационного порядка. Ее появлению способствовало несколько факторов политического, экономического и социального характера. Во-первых, в эти годы устанавливается военно-стратегический паритет между Востоком и Западом, и, как следствие, стал намечаться отход от конфронтации к разрядке международной напряженности. В 1975 г. в Хельсинки состоялось совещание по безопасности и сотрудничеству в Европе, на котором рассматривались также проблемы и принципы информационного обмена государств с различными общественными устройствами, что нашло свое отражение в особом разделе заключительного акта совещания.

Другой причиной явилась активизация развивающихся стран за пересмотр мирового экономического порядка и других отношений на международной арене, а также их убеждение в том, что равноправие должно развиваться не только в области политики и экономики, но и в сфере обмена информацией, что должно стать завершающим этапом деколонизации. Необходимо отметить роль ООН в решении этой проблемы. На 21-й сессии, проходившей в Белграде в 1980 г., было принято решение о международной программе развития коммуникации (МПРК). В резолюции конференции подчеркивалось, что международная программа имеет целью расширение сотрудничества и помощи в области развития инфраструктур коммуникации и уменьшение разрыва между отдельными странами в области коммуникации и должна стать частью усилий по установлению нового, более справедливого и более эффективного мирового порядка в области информации и коммуникации.

Эта проблема поднималась на IV конференции лидеров неприсоединившихся стран, проходившей в Алжире в сентябре 1973 г., на которой приняли участие представители 75 стран. Среди многих проблем, обсуждавшихся на конференции, были проблемы информации и коммуникации. В принятой программе действий по экономической кооперации содержалась статья, заявлявшая о необходимости «реорганизовать существующие каналы коммуникации, которые являются наследием колониального прошлого... Начать совместные действия по пересмотру действующий многосторонних соглашений с целью пересмотреть тарифы на передачу информации как можно скорее и дешевле».

Выполняя решения этой конференции, после консультаций с национальными агентствами неприсоединившихся стран югославское агентство ТАНЮГ в январе 1975 г. запустило проект «Пул агентств неприсоединившихся стран». В уставе Пула заявлялось, что каждое агентство отбирает новости, которые намеревается направить в Пул, проявляет при этом взаимоуважение и учитывает общие интересы участников, что каждое агентство в соответствии со своими возможностями будет стараться полученные новости и информацию от Пула предлагать различным периодическим изданиям, радио и телевидению. Наибольшее количество сообщений, подготовленных участниками Пула, распространялись агентствами Ирака, Марокко, Туниса, Югославии, а также агентством «Пренса Латина» на английском, французском и испанском языках. Наибольший объем в сообщениях Пула занимали новости международного характера (43%) и национальные новости (15%).

В 1979 г. по инициативе правительств ряда латиноамериканских государств было основано агентство АСИН (Организация национальных информационных служб), которое объединяло не только национальные правительственные агентства, но и правительственные информационные службы. Каждый член АСИН имел право сбора и редактирования информации объемом до 1,5 тыс. слов ежедневно с понедельника по четверг и направлять ее в штаб-квартиру в Мехико, откуда она рассылалась во все страны — члены АСИН. Каждый член агентства имел право использовать информационный бюллетень по своему усмотрению, не подвергая текст редактированию, а также полностью или частично передавать бюллетень национальным СМИ или заинтересованным организациям бесплатно или за определенную плату по своему усмотрению. В середине 1981 г. АСИН ежедневно передавал около 30 сообщений. По тематике бюллетеней первое место занимали сообщения международного характера, затем шла информация об интеграции и кооперации латиноамериканских стран. Сообщения о странах Латинской Америки и Карибского бассейна составляли 79,6%, о международных организациях — 8,9%, США — 4,1%, Западной Европы — 3,6%, Восточной Европы — 1,5%.

На Африканском континенте одновременно с основанием национальных агентств и информационных служб обсуждалась идея о необходимости создания единого континентального информационного агентства, однако на реализацию этой идеи ушло около двух десятилетий. Только в конце 1981 г. были окончательно разработаны принципы функционирования агентства, основными из которых являлись следующие: действовать в соответствии с целями ОАЕ, сохранять независимость, единство, региональную солидарность, передавать больше информации о борьбе против колониализма, империализма, апартеида, расизма, сионизма, а также против всех форм эксплуатации и угнетения; считать приоритетной задачей обмен политической, экономической, социальной и культурной информацией между странами-членами, действовать в интересах региональной и субрегиональной интеграции континента; исправлять искажения, допущенные другими агентствами, отражать культурные ценности континента, вносить вклад в основание национальных информационных агентств и т.д.

В середине 1980-х гг. ПАНА ежедневно передавало информацию общим объемом до 20 тыс. слов (около 100 сообщений), имело пять региональных пунктов. ПАНА входило в состав координационного комитета Пула информационных агентств неприсоединившихся стран. На протяжении всей своей деятельности ПАНА испытывало финансовые трудности, так как страны-члены не могли собрать средства необходимые для более эффективной деятельности. Значительную финансовую помощь агентству оказывали международные организации.

Процесс формирования международных информационных агентств затронул и арабский мир, в котором в 1970—1980-е гг. было основано несколько информационных структур. Одним из первых агентств в этом регионе стало Международное агентство новостей, создание которого было утверждено на III конференции министров исламских государств в 1972 г. Наиболее интенсивная деятельность агентства началась в 1978 г., когда нефтедобывающие страны (Саудовская Аравия, Объединенные Арабские Эмираты, Кувейт и другие) оказали агентству финансовую поддержку.

Другим международным агентством арабского мира стало Информационное агентство стран Персидского залива, основанное в форме кооператива шестью нефтедобывающими странами (Бахрейн, Ирак, Кувейт, Катар, Саудовская Аравия, Объединенные Арабские Эмираты). Агентство имело значительный ежегодный бюджет. Вначале планировалось создать это агентство как региональное, однако оно было основано как Пул агентств вышеназванных стран. В 1978 г. агентство распространяло ежедневно 50—70 сообщений общим объемом до 4 тыс. слов. Несмотря на то, что агентство было основано на принципах равноправия, Информационное агентство Ирака играло в нем ведущую роль, так как через него другие члены могли направлять информацию в Пул агентств неприсоединившихся стран (5—7 сообщений ежедневно), а также в другие агентства.

Крупнейшим международным агентством арабского мира этого периода явилась Федерация арабских информационных агентств (ФАНА), которая была основана в 1965 г., но начала действовать в апреле 1974 г. ФАНА объединила 16 национальных агентств и ставила своей целью укрепление сотрудничества между арабскими национальными агентствами. Одной из основных трудностей, с которыми в своей деятельности сталкивалась ФАНА, была правовая. Будучи ассоциацией агентств, ФАНА не имела собственной инфраструктуры, а ее основные коммуникации проходили через Палестину и Ливан, в которых часто происходили военные конфликты. ФАНА имела консультативный статус при ЮНЕСКО, в качестве межправительственной организации сотрудничала с Лигой арабских государств и Международной организацией журналистов.

На **третьем этапе** формирования международного информационного пространства произошли значительные изменения количественного и качественного характера. В эти годы были основаны национальные информационные агентства в подавляющем большинстве развивающихся стран. Одновременно создавались континентальные и региональные агентства, которые позволили несколько снизить информационную зависимость от крупнейших международных агентств. Необходимо отметить финансовую, консультативную и юридическую помощь, которую оказывали авторитетные международные организации ООН, ЮНЕСКО и социалистические страны. Однако против идеи установления нового международного информационного порядка, против политики ЮНЕСКО решительно выступали Соединенные Штаты Америки, Великобритания и другие западные государства. Так, еще в 1975 г. делегация США покинула заседание Межправительственного совещания экспертов, на котором обсуждалась Декларация о роли средств массовой информации в борьбе против расизма и войны. В 1983 г. США предупредили генерального директора ЮНЕСКО Амаду Махтара М'Боу, что они выйдут из организации, если она не изменит своей политики в области средств массовой информации и коммуникации. После отрицательного ответа США решили не вносить очередной финансовый взнос в размере 47 млн долл., а с 1 января 1985 г. прекратили свое членство в этой организации. Вслед за США последовала Великобритания.

В ноябре 1987 г. на пост Генерального директора ЮНЕСКО был избран гражданин Испании Федерико Майор Сарагоса, который заявил о своем намерении

провести коренные изменения в деятельности организации и содействовать возвращению в ЮНЕСКО США и Великобритании. В интервью журналу «Жен Африк» он заявил, что будет руководствоваться тремя принципами: вернуть организации ее всемирный характер, развивать параллельно три основных компонента деятельности организации в областях образования, науки и культуры, привлекать к деятельности ЮНЕСКО неправительственные организации.

С занятием поста Генерального директора ЮНЕСКО Федерико Майором, последовавшей демократизацией Советского Союза, стран Восточной Европы и многих африканских государств, а также с приходом Интернета в информационное пространство многие достижения и проекты по установлению нового международного информационного порядка были отложены и забыты. Наступал новый, современный, период развития мирового информационного пространства.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Соколов В.С., Михайлов С.А. Периодическая печать Соединенных Штатов Америки. — СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1998.
- [2] За рубежом. — 1965. — № 44.
- [3] Григорьян Ю.М. Германский империализм в Латинской Америке (1933—1945). — М.: Наука, 1974.
- [4] Victor Olmos. Historia de la agencia EFE. El Mundo en español. — Madrid: Editorial Espase Calpe, 1997.
- [5] АПН: от Совинформбюро до РИА «Новости». 60 лет в поле информационного напряжения. — М.: РИА «Вести», 2001.
- [6] Salinas Raquel. Agencias transnacionales de información y el tercer mundo. Quito Editorial “The Quito Times, 1984.
- [7] Правда. — 1981. — 5 октября.
- [8] Las Noticias del exterior en doce diarios latinoamericanas. — Caracas, 1986.
- [9] За рубежом. — 1987. — № 48.

KEY STAGES OF THE GLOBAL INFORMATION SPACE: FROM FIRST NEWS AGENCY TO THE INTERNET

V.V. Sbruev

The Department of Theory and History of Journalism
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya Str., 6, Moscow, Russia, 117198

The article was prepared on the basis of the report “History and Journalism: development of information society” which was delivered by the author of this article in the course of the International Summer School-Seminar “Journalism and Science: preparation and implementation of research and education program for scholars and journalists” held at Peoples' Friendship University of Russia on July 4 — July 8, 2011.

Key words: information, information space, agency, printing-press, radio, television, the Internet, expansion, propaganda, new information order.