



Организация  
Объединенных Наций по  
вопросам образования,  
науки и культуры

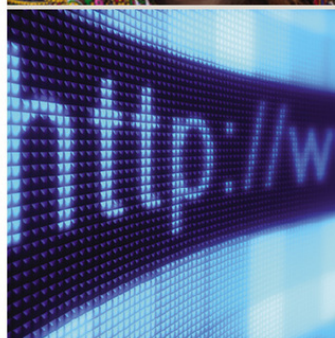


Кафедра ЮНЕСКО  
медийно-информационной грамотности  
и медиаобразования граждан



И. В. Жилавская  
**МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ  
ТЕХНОЛОГИИ  
РОССИЙСКИХ СМИ**

Москва  
2017



Ирина Жилавская

**Медиаобразовательные  
технологии российских СМИ**

«МПГУ»

2017

УДК 070(07)  
ББК 76.00я73

**Жилавская И. В.**

Медиаобразовательные технологии российских СМИ /  
И. В. Жилавская — «МПГУ», 2017

ISBN 978-5-4263-0473-4

Учебное пособие представляет собой комплекс материалов по новой дисциплине «Медиаобразовательные технологии СМИ» по направлению подготовки «Журналистика». Пособие состоит из теоретических вопросов по теме медиаобразовательной деятельности средств массовой информации и большого блока материалов практического характера: уникальные технологии СМИ, кейсы, успешные практики. Все разделы пособия сопровождаются вопросами и заданиями, а также дополнительными материалами по теме. В качестве приложения представлена образовательная программа для бакалавров по журналистике «Медиаобразовательные технологии СМИ».

УДК 070(07)  
ББК 76.00я73

ISBN 978-5-4263-0473-4

© Жилавская И. В., 2017  
© МПГУ, 2017

# Содержание

Введение	6
Глава 1	8
1.1. Актуальность медиаобразования в современной медиасреде	9
1.2. Предпосылки возникновения медиаобразования	12
Конец ознакомительного фрагмента.	16

# Ирина Жилавская

## Медиаобразовательные технологии российских СМИ: Учебное пособие

Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Московский педагогический государственный университет»



### Рецензенты:

**Е. И. Кузьмин**, заместитель председателя Межправительственного совета программы ЮНЕСКО «Информация для всех», председатель российского комитета программы ЮНЕСКО «Информация для всех», президент Межрегионального центра библиотечного сотрудничества

**Т. Н. Владимирова**, проректор МИГУ, директор Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования, доктор педагогических наук

## Введение

Динамика, с которой меняется современный мир, такова, что общество едва успевает зафиксировать социальные сдвиги, обусловленные развитием информационных технологий. В современном медиaprостранстве по-новому складываются отношения всех участников процесса коммуникации. Трансформируются традиционные роли и функции, кардинально меняются технологии, переосмысливаются миссии и стратегии.

Отмечая всепроникающий характер современных медиа, общество сегодня обеспокоено их влиянием на поведение как отдельных граждан, так и социума в целом. Все попытки снять противоречия между рыночной моделью медиаотрасли и социальной ответственностью средств массовой информации перед обществом пока ни к чему не приводят. В настоящее время ни законодательное регулирование, ни экономические или административные механизмы, ни технологии саморегулирования не снимают того напряжения, которое возникло в обществе в связи с социальными ожиданиями по поводу журналистики. Эксперты и исследователи говорят о системном кризисе массмедиа.

Чтобы повлиять на ситуацию и получить положительный результат, целесообразно попытаться изменить отношения между аудиторией и СМИ. Оптимизация этих отношений может произойти на основе медиаобразования как аудитории, так и представителей медиаиндустрии. Медиаобразование как процесс формирования навыков качественного поиска информации, ее анализа на достоверность, критического восприятия контента СМИ и способности создания собственных релевантных медиатекстов сегодня как никогда актуально.

В сфере массмедиа возникает новая медиаобразовательная концепция, в рамках которой речь идет об усилении влияния аудитории на средства массовой коммуникации в целом и на журналистику в частности. Соответственно возникает проблема медиаобразования всех участников информационного обмена. Этот процесс может происходить в условиях взаимного повышения медиакомпетентности потребителей и производителей информационного продукта, когда меняется в первую очередь сама аудитория, а затем, естественно и эволюционно, меняются и средства коммуникации.

Медиаобразование – это новая парадигма существования СМИ, особая социальная функция, которая может быть реализована только совместными усилиями журналистского сообщества, социально ответственного бизнеса, власти, гражданского общества в целом. Именно в этих условиях наиболее эффективно раскрывается медиаобразовательный потенциал СМИ.

Сама по себе необходимость медиаобразования в нашем медиатизированном мире сегодня уже никем не оспаривается. Многие международные организации – ЮНЕСКО, Совет Европы – неоднократно ставили задачу просвещения и образования в сфере СМИ. По существу, речь идет о развитии у граждан понимания деятельности СМИ как необходимого элемента общественной жизни. Журналистика, по поводу которой и формируются определенные представления, не может не участвовать в этом процессе.

Развитие IT-технологий, расширение возможностей для информационного обмена между участниками коммуникации, принципиальное изменение их объект-субъектных ролей в сторону диалоговых коммуникаций, а также экономически обусловленная необходимость привлечь новую аудиторию, побуждают средства массовой информации всё активнее обращаться к современным медиаобразовательным стратегиям и технологиям.

Изучение и обобщение практики редакционных процессов в этой сфере сегодня представляется крайне актуальным. Медиаобразовательная составляющая деятельности СМИ становится неотъемлемой частью коммуникационного менеджмента современных медиакомпаний, одним из эффективных способов привлечения аудитории, а также инструментом

формирования позитивного имиджа СМИ. Из области теоретических умозаключений медиаобразование переходит в сферу экономических категорий бизнеса.

В данном учебном пособии впервые в теории журналистики предпринята попытка проанализировать и систематизировать редакционную практику с точки зрения медиаобразовательных задач, охарактеризовать функциональные особенности медиаобразовательных технологий и возможные пути развития. Нам эта деятельность представляется чрезвычайно перспективной как в плане экономической целесообразности, совершенствования коммуникационного менеджмента СМИ, так и в общегражданском просветительском аспекте.

# Глава 1

## Теоретические основы медиаобразовательной деятельности СМИ

Тема взаимодействия средств массовой информации и системы медиаобразования всё чаще звучит на российских и зарубежных медийных научных конференциях, в научных лабораториях, редакциях СМИ. Однако пока она редко становится предметом глубокого анализа для журналистов, редакторов, медиаменеджеров, в целом медиасообщества. Медиаобразование, как правило, завершает перечень проблематики, обсуждаемой на конференциях, а сама тематика представляется неким побочным продуктом медиаисследований.

За рамками исследовательского интереса остается такая малоизученная сфера деятельности массмедиа как использование медиаобразовательных технологий в практике редакционной работы, несмотря на то, что именно здесь весьма эффективно проявляется медиаобразовательный потенциал средств массовой информации.

В первой главе учебного пособия «Медиаобразовательные технологии средств массовой информации» обозначены проблемные поля таких сфер коммуникативной деятельности человека, как журналистика и медиаобразование, на стыке которых в теории средств коммуникации складывается относительно новая область знаний – медиаобразование в СМИ. Медиаобразовательные технологии СМИ можно рассматривать здесь как один из важных разделов в этой области знаний.

Из первой главы вы узнаете:

- о причинах актуальности медиаобразования в современном мире;
- предпосылках возникновения медиаобразования;
- основных терминах и понятиях системы медиаобразования;
- теориях и современных моделях медиаобразования;
- функционировании медиаобразования в новой медиасреде.

## 1.1. Актуальность медиаобразования в современной медиасреде

Один из ведущих теоретиков медиаобразования, британский ученый и педагог Л. Мастерман, обосновал семь причин актуальности медиаобразования в современном мире.<sup>1</sup> Это:

1. Высокий уровень потребления медиа и насыщенности современных обществ средствами массовой информации.
2. Идеологическая важность медиа и их влияния на сознание аудитории.
3. Быстрый рост количества медийной информации, усиление механизмов управления ею и ее распространения.
4. Интенсивность проникновения медиа в основные демократические процессы.
5. Повышение значимости визуальной коммуникации и информации во всех областях общественной жизни.
6. Необходимость обучения школьников/студентов с ориентацией на соответствие будущим требованиям.
7. Нарастающие национальные и международные процессы приватизации информации.

К этим причинам сегодня можно добавить снижение общего уровня качества медийной продукции и нарастание негативных факторов в медиасреде – агрессии, манипулятивных технологий, обилие недостоверной информации, а также появление армии непрофессиональных авторов, которые берут на себя функции информирования населения. Всё это приводит к необходимости повышать уровень медиакомпетентности как отдельных граждан, так и всего населения в целом.

Эти новые вызовы информационного общества приводят к необходимости переосмыслить весь педагогический инструментарий медиаобразования применительно к журналистике, редакционным технологиям, системе СМИ.

Первыми в мире о медиаобразовании заговорили эксперты ЮНЕСКО. В 1978 году под эгидой этой межправительственной организации была разработана программа массового медиаобразования – General Curricular Model for Mass Media Education. Согласно основополагающим документам ЮНЕСКО, медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации с целью формирования культуры общения с медиа.

В резолюциях ЮНЕСКО (в Грюнвальде – 1982; Тулузе – 1990; Париже – 1997; Вене – 1999; Севилье – 2002; Париже – 2007; Москве -2012; Ханты-Мансийске – 2016 и др.) отмечалась важность поддержки этого направления деятельности.

Еще в 1982 году на Международном симпозиуме ЮНЕСКО по медиаобразованию, который состоялся в Грюнвальде (ФРГ), эксперты в области медийного образования пришли к выводу, что «медиаобразование будет наиболее эффективным, когда родители, педагоги, работники средств массовой информации и лица, ответственные за принятие решений осознают свою роль в развитии критического мышления у слушателей, зрителей и читателей. Большая степень интеграции между системами образования и средств массовой информации и коммуникации несомненно явится важной ступенью на пути к повышению эффективности образования».<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Masterman L. (1985). Teaching the Media. – London: Comedia Publishing Group.

<sup>2</sup> Грюнвальдская декларация ЮНЕСКО по медиаобразованию (1982) [Электронный ресурс] [http://www.mediagram.ru/netcat\\_files/106/104/h\\_7e5\\_97ba3\\_d3\\_80d614d\\_1\\_b0bca777c6f5ef](http://www.mediagram.ru/netcat_files/106/104/h_7e5_97ba3_d3_80d614d_1_b0bca777c6f5ef) (дата обращения: 11.09.2015).

В рекомендациях Севильской конференции «Медиаобразование и молодежь» 2002 года говорилось о «развитии критического медиаобразования, подчеркивалось особое значение развития критической компетентности, способности реагировать на любого рода полученную информацию и умения пользователей защищать свои права. *«Медиаобразование – часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии. Признавая различия в подходах и развитии медиаобразования в различных странах, рекомендуется, чтобы оно было введено везде, где возможно в пределах национальных учебных планов, также в рамках дополнительного, неформального образования и самообразования в течение всей жизни человека»?*<sup>3</sup>

Участники конференции в Севилье сформулировали основные задачи и характеристики медиаобразования следующим образом:

- медиаобразование предполагает преподавание и обучение медиа и с медиа, а не посредством медиа;
- медиаобразование требует критического анализа и творческого ведения;
- медиаобразование может и должно осуществляться в официальной и неофициальной обстановке;
- медиаобразование должно развивать чувство коллективности и социальной ответственности, а также чувство собственного удовлетворения;
- медиаобразование должно соответствовать культурной атмосфере и продукции СМИ в данном регионе;
- медиаобразование должно быть направлено в первую очередь на молодежь в возрасте от 12 до 18 лет, но также охватывать и детей от 5 до 12 лет, учитывая эволюцию развития и потребности детей (в приобретении знаний, разграничении реальности и вымысла, в развитии личности и гражданского самосознания).

Спустя 25 лет после конференции в Грюнвальде эксперты, функционеры, определяющие образовательную политику стран, педагоги, исследователи, представители неправительственных организаций и медиадееатели многих стран мира встретились на Международном симпозиуме “Media Education – Advances, Obstacles, and New Trends Since Grunwald: Towards a Scale Change?” («Медиаобразование – достижения, препятствия и новые тенденции после Грюнвальда: есть ли изменения?»), проходившем 21–22 июня 2007 года в Париже.

Это была совместная инициатива французской комиссии ЮНЕСКО при поддержке Совета Европы и Министерства образования Франции. Главной целью встречи было выявить, как протекает процесс медиаобразования в мире и какие трудности встречаются на пути реализации такого рода образовательной политики, а также разработать практические рекомендации, направленные на повышение уровня медиаобразования и мобилизацию усилий его сторонников.

Участники конференции вновь подтвердили значимость Грюнвальдской декларации и отметили, что заявления, сделанные в 1982 году, в связи с наступлением информационного общества в контексте глобализации приобретают особую актуальность. Значительно возросли роль и место медиа в современном мире. Чтобы лучше адаптироваться к социальным и профессиональным переменам, сегодня всё больше граждан нуждается в приобретении умений критического анализа информации любых символических систем (образных, звуковых, текстовых), создания собственных медиатекстов. В процесс медиаобразования должны быть вовлечены как можно больше его сторонников.

Участники симпозиума признали факт крайней необходимости консолидации международного сообщества для распространения медиаобразования. Результатом симпозиума 2007

---

<sup>3</sup> Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: *Outlooks on Children and Media*. – Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001. – P. 152.

года стала разработка 12 практических рекомендаций, способствующих выполнению четырех основных положений Грюнвальдской декларации:

I. Разработка всесторонних программ по медиаобразованию на всех образовательных уровнях.

II. Подготовка педагогов в области медиаобразования и рост информированности о медиаграмотности всех заинтересованных лиц и организаций в социальной сфере.

III. Проведение исследований в области медиаобразования и распространение их результатов с помощью сетевого вещания.

IV. Международное сотрудничество в области медиаобразования. Эти рекомендации применимы для всех заинтересованных лиц на всех уровнях внедрения, а также координации на местных национальных, региональных и международных уровнях.

5-7 декабря 2007 года в Граце (Австрия) прошла конференция Совета Европы «Медиаграмотность и права человека». Конференция собрала медиапедагогов из Австрии, Бельгии, Великобритании, Германии, Греции, Италии, Кипра, Латвии, Мальты, Португалии, России, Румынии, Словении, Франции, Хорватии и других стран, входящих в Совет Европы. Участники конференции наметили стратегии Совета Европы в области медиаобразования на ближайшие годы. В итоговом документе были отмечены важность развития медиаграмотности, медиакомпетентности в современном демократическом обществе и необходимость введения медиаобразования как обязательного компонента обучения в школах и вузах европейских стран.

В течение нескольких десятилетий ЮНЕСКО поддерживает и пропагандирует идею грамотности как неотъемлемой части права на образование в условиях, когда информация, ИКТ и СМИ играют важнейшую роль в создании грамотного общества. Однако понятие грамотности постоянно меняется. В условиях технологической революции личность является свидетелем важных демографических, экономических и социально-политических изменений во всем мире. То, что вчера было вопросом небольшого сообщества, сегодня становится глобальной проблемой всего человечества.

К началу 10-х годов XXI века в ЮНЕСКО было осознано, что современному обществу нужно новое понятие грамотности – плюралистическое, динамическое и ситуативное. Оно должно подразумевать не только базовые навыки письма и счета на одном языке, но и способность выявлять, понимать, создавать, передавать и обрабатывать информацию на различных языках. В равной степени необходимо уметь критически взаимодействовать с сообщениями средств массовой информации и производить контент для совместного использования с помощью различных коммуникационных и информационных средств. Это также означает, что грамотность включает в себя постоянное обучение, которое позволит людям достигать своих целей, развивать потенциал своих знаний, а также в полной мере участвовать в жизни своего сообщества и общества в целом.

Развивая концепцию грамотности, ЮНЕСКО сформулировала концепцию медиа- и информационной грамотности, которая понимается как способность интерпретировать используемую информацию и принимать обоснованные решения. Этот вид грамотности также помогает людям самим успешно создавать и производить информацию и медиасообщения.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Московская декларация о медиа- и информационной грамотности. Москва, 28 июня 2012 года. [http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil/Moscow\\_Declaration\\_on\\_MIL\\_ms.pdf](http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil/Moscow_Declaration_on_MIL_ms.pdf)

## 1.2. Предпосылки возникновения медиаобразования

Сформулируем исторические, идеологические и социальные предпосылки возникновения медиаобразования в современном обществе.

*К историческим предпосылкам* следует отнести:

- многократное увеличение каналов передачи информации и усложнение медиатизированных систем;
- процессы формирования постиндустриального общества;
- информация становится предметом массового потребления и экономическим ресурсом.

Мысль о том, что средства массовой коммуникации можно уподобить нервной системе общественного организма, неоднократно высказывалась и отечественными, и зарубежными учеными. М. Маклюэн рассматривал электронные каналы связи как расширение нервной системы человека. «Созерцание, использование или восприятие любой нашей проекции в технологическую форму с необходимостью означает принятие его внутрь себя. В электрическую эпоху мы носим на себе как свою кожу всё человечество»<sup>5</sup>. Как справедливо подчеркивает в своей работе Е. Е. Пронина, «просто выйти из массовой коммуникации невозможно. Полностью отключиться от нее нельзя. Это вызывает либо регресс личности (в случае индивидуальном), либо распад общества (при массовых вариантах)»<sup>6</sup>.

Процесс медиатизации человеческих отношений имеет такую же историю, как и процесс возникновения коммуникации, который, в свою очередь, равен истории человечества. Потребность наших далеких предков передавать и хранить информацию, а также взаимодействовать друг с другом от эпохи к эпохе породила всё новые средства связи.

Для письма использование материала определялось естественно-географическими факторами. В Египте был папирус – род тростника, который превращали в подобие бумаги. Наиболее важные тексты выбивали на граните, а также на оштукатуренных стенах гробниц. В Вавилонии основным носителем письменной информации стала обожженная на огне глиняная табличка. Индейцы Северной Америки – жители прерий – писали на лошадиной шкуре, тогда как индейцы Центральной Америки – ацтеки и майя – на выделанных листах фикуса и на стенах своих монументальных сооружений. Дощечки, покрытые воском, были в ходу в Древней Греции и Риме, а вот в Пергаме использовалась выделанная телячья кожа, откуда и пошло ее название. Жители острова Пасхи тоже использовали деревянные дощечки из пальмового дерева, но воском их не покрывали, а выцарапывали надписи при помощи акульего зуба.<sup>7</sup>

Возникновение финикийского, а затем и греческого алфавита увеличило число людей, способных хранить, создавать и распространять информацию. С VIII века – сначала в Китае, а потом в Европе – стал разворачиваться процесс книгопечатания. Книги, первые газеты, журналы, листовки – всё это способствовало демократизации письменной коммуникации, вовлечению в нее различных слоев населения.

Первой в истории фотографией считается снимок «Вид из окна», полученный Ньепсом в 1826 году с помощью камеры-обскуры на оловянной пластинке, покрытой тонким слоем асфальта. В 1839 году француз Луи-Жак Манде Дагер изобрел способ получения фотографического изображения на медной пластинке, покрытой серебром. Полученное искусственным

---

<sup>5</sup> Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – 2-е изд. – М.: Гиперборей, Кучково поле, 2007. – С. 56–57.

<sup>6</sup> Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества. – М.: Изд-во Моек, ун-та, 2002. – С. 19.

<sup>7</sup> Шпаковская С. В., Шпаковский В. О. Основы теории коммуникации. – Пенза: Изд-во ИГУ, 2012.

способом отражение действительности, которое можно сохранить и воспроизвести вновь, произвело революцию в сознании человека.

В первые годы своего существования фотография была отнесена общественным мнением к числу забавных безделушек. В этот период фотография не имела тех характеристик, которые сейчас считаются основополагающими для этого вида медиа: документальность, свобода световых решений и находок, информативность. Развитие фотографии всегда определялось потребностями общества. Газетная индустрия направила фотографию в репортажное русло.

В 1981 году зародилась цифровая фотография, когда компания Sony выпустила камеру, записывающую снимки на диск. В настоящее время цифровые фотографии вытесняют пленочные в большинстве отраслей. Однако не следует считать, что фотокамеры, снимающие на пленку, утратили свою актуальность. Фотография, как модные тренды, выходит из моды и снова возвращается через определенный промежуток времени.

Изобретению устройства, которое для передачи и приема звука использовало бы свойства электричества, – того телефона, который сейчас и используется, – предшествовало появление в первой половине XIX века электрического телеграфа.

В 1849–1853 годах Шарлем Бурселем, инженером-механиком и вице-инспектором парижского телеграфа, была разработана идея телефонирования. Первый принцип действия телефона Ш. Бурсель изложил в своей диссертации в 1854 году, но до практического осуществления телефонной связи он не дошел. Ш. Бурсель был также первым, кто употребил слово «телефон».<sup>8</sup>

Телефон, запатентованный в США в 1876 году Александром Беллом, назывался «говорящий телеграф». Трубка Белла служила по очереди и для передачи, и для приема человеческой речи. Дальность действия этой линии не превышала 500 метров. Долгое время именно Александр Белл считался официальным изобретателем телефона, и только 11 июня 2002 года Конгресс США в резолюции № 269 признал право изобретения телефона за Антонио Меуччи. Именно этот иммигрант итальянского происхождения в 1860 году продемонстрировал устройство, которое могло передавать звуки по проводам, и назвал его *Telectrophon*. Меуччи подал заявку на патент своего изобретения в 1871 году.

История появления телефона в России связана со строительством линии для передачи связи между Петербургом и Малой Вишерой. Первый разговор между российскими абонентами посредством этого канала состоялся в 1879 году, то есть спустя всего лишь три года с момента изобретения телефона. Позже одна из первых гражданских линий связи соединила пристань Георгиевскую, расположенную в Нижнем Новгороде, и квартиры, принадлежавшие руководству пароходного общества «Дружина». Протяженность линии была 1 547 метров.

Мобильная связь, представленная сегодня одним из самых распространенных видов медиа – сотовым телефоном, возникла в 1947 году, когда исследовательская лаборатория Bell Laboratories, принадлежащая компании AT&T, выступила с предложением создать мобильный телефон. Спустя 10 лет советский изобретатель Л. И. Куприянович создал экспериментальный образец мобильного телефона ЛК-1 весом 3 кг и базовую станцию к нему, связанную с ГТС.<sup>9</sup> В последующих образцах 1958 года вес мобильных телефонов был снижен до 0,5 кг. В 1973 году был выпущен первый прототип портативного сотового телефона – Motorola DynaTAC. Считается, что первый звонок по этому телефону был сделан 3 апреля

1973 года, когда его изобретатель, сотрудник Motorola Мартин Купер, позвонил конкуренту из AT&T Джоэлю Энгелю.

Начиная с 90-х годов прошлого века практически ежегодно производители мобильных телефонов запускали в производство всё новые модели и технологии: телефон со встроенными

---

<sup>8</sup> Перельман Я. И. Занимательная физика. – Кн. 2. – М.: РИМИС, 2009. – С. 106–107.

<sup>9</sup> Куприянович Л. И. Радиотелефон // Наука и жизнь. – 1957. – № 8. – С. 49.

часами, телефон в формате «раскладушка», первый телефон с цветным дисплеем, с функциями факс и электронная почта, в формате «слайдер», с сенсорным дисплеем, двумя SIM-картами, с поддержкой технологии Internet Times, со встроенной фото- и видеокамерой, с MP3-плеером, с беспроводной зарядкой и т. д.

По данным Международного союза электросвязи (МСЭ), являющимся специализированным учреждением ООН, число обладателей мобильных телефонов в мире в 2008 году достигло 4 млрд человек. На Бразилию, Россию, Индию и Китай приходится 1,3 млрд пользователей мобильных телефонов. Всего же в последние восемь лет подписка на новые телефоны ежегодно росла примерно на 25 %. На конец 2011 года число пользователей мобильной связи по всему миру составило порядка 6 млрд человек, сообщает Associated Press. То есть если принять размер населения земли в 6,7 млрд, то 86 человек из 100 в 2011 году пользовались мобильными телефонами. В России в 2011 году число пользователей мобильной связи составило более 225 млн, то есть 155 % населения страны (по данным АСaM Consulting). Число абонентов в Москве – более 35,5 млн (на фоне 11,6 млн населения), то есть свыше 300 %. К концу 2015 года, по оценкам Ovum, число абонентов в мире составляло 7,343 млрд. По прогнозам на 2018 год, число людей в мире, пользующихся услугами сотовой связи, превысит 4 млрд.<sup>10</sup>

Конец XIX века был ознаменован открытием радиосвязи. Немецкий физик Генрих Герц доказал существование электромагнитных волн с помощью эксперимента. Впоследствии несколько ученых повторяли данный эксперимент, при этом используя более усовершенствованные элементы для обнаружения электромагнитных волн. В настоящее время сразу несколько стран претендуют на то, что именно их ученый изобрел радио. В Германии говорят о том, что заслуга принадлежит исключительно Генриху Герцу, в США вам скажут, что радио изобрел Томас Эдисон и т. д. Как бы там ни было, в 1872 году первый в истории патент на беспроводную связь получил Малой Лумис.

В 1898 году сэр Оливер Джозеф Лодж получил патент на использование определенных элементов в беспроводных передатчиках или приемниках. Полученный патент стал основой механизма для настройки радио на требуемую частоту. Примечательно, что дальнейших исследований в этой области Лодж не стал проводить, в результате чего честь носить звание изобретателя первого радио досталась русскому физика, профессору, электротехнику Александру Степановичу Попову.

Именно Попов первым сумел продемонстрировать возможность передавать радиосигнал, который бы нес в себе определенную информацию. С этого времени и открывается эпоха создания средств радиотехники. В 1906 году канадец Реджинальд Фессенден осуществил первую трансляцию радиопрограммы, в которой лично играл на скрипке и прочел небольшой текст из Библии. С того времени голосовое радиовещание стало развиваться с каждым годом всё больше и больше. Появлялись новые развлекательные радиопередачи, вещание производилось на широкую аудиторию.

Эксперименты с использованием электронных лучей для передачи и приема изображения на определенные расстояния начали проводиться в различных странах (США, Япония, Советский Союз) с начала 20-х годов XX века. В результате в 1933 году американскому инженеру российского происхождения Владимиру Зворыкину удалось изобрести катодную трубку, являющуюся и по настоящее время главной частью большинства телевизоров.

Первые телевизоры, пригодные для массового производства, появились в конце 30-х годов XX столетия. Однако этому предшествовало несколько десятилетий упорных исследований и множества гениальных открытий.

---

<sup>10</sup> Число абонентов мобильной связи в мире [Электронный ресурс] <http://www.mfomm.ru/news/article/098779.htm> (дата обращения: 03.03.2016).

В конце 1936 года в американской научно-исследовательской лаборатории RCA, возглавляемой Зворыкиным, был разработан первый электронный телевизор, пригодный для практического применения. Несколько позже, в 1939 году, RCA представила и первый телевизор, разработанный специально для массового производства. Эта модель получила название RCS TT-5. Она представляла собой массивный деревянный ящик, оснащенный экраном с диагональю в 5 дюймов. Позже радиолампы были вытеснены полупроводниками. Первый телевизор на основе полупроводников был разработан в 1960 году фирмой Sony. В дальнейшем появились модели на основе микросхем. Теперь же существуют системы, когда вся электронная начинка телевизора заключена в одну-единственную микросхему.

Сегодня качество вещания значительно возросло и стало цифровым. Сами телевизоры уже перестали восприниматься как «ящики», так как появились плоские LCD и плазменные модели. Размеры экрана перестали измеряться парой десятков сантиметров. Телевидение стало нормой. К началу XXI века методы и принципы телевещания значительно изменились. Возникло кабельное и спутниковое телевидение.

История развития интернета берет начало в самый разгар холодной войны, когда Соединенные Штаты Америки захотели иметь сеть, которая смогла бы пережить даже ядерную войну. Используя в то время телефонные сети не обеспечивали должной стабильности, потеря лишь одного крупного узла могла разделить сеть на изолированные участки и прервать коммуникацию. Для решения проблемы Министерство обороны США обратилось к корпорации RAND. Один из ее работников, Пол Бэрэн, разработал проект распределенной сети. В связи с тем, что на большие расстояния очень тяжело передать аналоговый сигнал без искажений, он предложил передавать цифровые данные пакетами. Пентагону понравились идеи Бэрэна, но телефонная компания AT&T, к которой с этими идеями обратились, их отклонила, заявив, что подобную сеть построить невозможно.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.