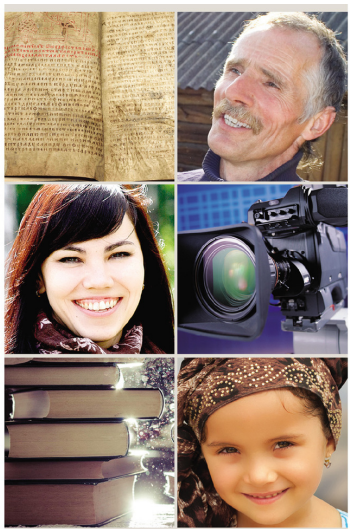




Организация
Объединенных Наций по
вопросам образования,
науки и культуры



Кафедра ЮНЕСКО
медийно-информационной грамотности
и медиаобразования граждан



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

Москва
2017



Ирина Владимировна Жилавская

Медиаобразовательные технологии российских СМИ

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=33573629

Медиаобразовательные технологии российских СМИ: Учебное пособие /

И. В. Жилавская: МПГУ; Москва; 2017

ISBN 978-5-4263-0473-4

Аннотация

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».

Содержание

Введение	6
Глава 1	10
1.1. Актуальность медиаобразования в современной медиасреде	12
1.2. Предпосылки возникновения медиаобразования	20
Конец ознакомительного фрагмента.	30

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 Межрегио-

нального 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 медиапространстве 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

медиадизитированном 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 ИТ-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 журналисти-

ки 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

ны 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.¹ 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

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

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 Грюнваль-

де (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».²

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 образо-*

² Грюнвальдская декларация ЮНЕСКО по медиаобразованию (1982) [Электронный ресурс] http://www.mediagram.ru/netcat_files/106/104/h_7e5_97ba3_d380d614d_1_b0bca777c6f5ef (дата обращения: 11.09.2015).

вания и самообразования в течение всей жизни человека»?³

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

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

ку стран, педагоги, исследователи, представители неправительственных организаций и медиатежатели 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 меди-

атекстов. 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 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, Слове-

нии, 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 мас-

совой 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.⁴

⁴ Московская декларация о медиа- и информационной грамотности. Москва, 28 июня 2012 года. http://www.ifapcom.rn/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»⁵. Как справедливо

⁵ Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – 2-е изд. – М.: Гипербория, Кучково поле, 2007. – С. 56–57.

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)»⁶.

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 порождала 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 листьях 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

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

острова Пасхи тоже использовали деревянные дощечки из пальмового дерева, но воском их не покрывали, а выцарапывали надписи при помощи акульего зуба.⁷

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 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 ре-

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

шений 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».⁸

Телефон, запатентованный в США в 1876 году Алек-

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

сандром 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.⁹ 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 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 телефо-

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

нов. 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 АСaМ 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.¹⁰

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

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

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 российско-

го 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.

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 телевидения 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.