Содержание

Введение………………………………………………………..............3

1. Средства массовой информации США …………………………....5

2. ЮСИА - история и сфера деятельности

2.1. История Информационного Агентства Соединенных Штатов (ЮСИА)……………………………………………..…..7

2.2. Сфера деятельности ЮСИА ……………………………….8

2.3. Международное Бюро Вещания …………………………...8

2.4. История радиостанции ……………………………………..9

2.6. «Голос Америки» сегодня ………………………………...11

2.7. Телевидение “Голос Америки”……………………………11

2.8. Интернет-сервер “Голос Америки” ……………………....12

3. Телевидение и интернет в США – перспективы развития

3.1. Как традиционные СМИ проявляют себя в новом окружении………………………………………...…………..…14

3.2. Развитие телевидения, подготовившее базу для возможного процесса конвергенции с компьютерными технологиями……………………………………………………16

3.3. Перспективы создания на базе компьютеров полного домашнего контроля и объединения в глобальную сеть…….17

Заключение……………………………………………………………19

Приложение 1…………………………………………………………21

Приложение 2…………………………………………………………22

Список используемых источников…………………………………..23

*- Слушай, а что такое по-английски* ***How are you?***

*- Как поживаешь или как дела.*

*- А им что, интересно, как у меня дела?*

*- Нет, не интересно.*

*- А зачем тогда спрашивать?*

*- Просто так. Здесь вообще все просто так, кроме денег[[1]](#footnote-1).*

**Введение**

В курсовой работе мы рассмотрим вопрос организации информационной деятельности США. Я выбрала Соединенные штаты, т.к. они – одно из сильнейших государств мира по всем показателям, и именно их идеология, агрессивная внешняя политика в сочетании с либеральной внутренней оказывают большое влияние на значительную часть остального мира.

При подготовке работы, помимо печатных источников, были изучены материалы электронных изданий –BBC, CNN, Голоса Америки, агентства РосБизнесКонсалтинг.

Актуальность работы представляется достаточной, потому что США - первая экономическая и военная держава мира. Она же во многом определяет образ жизни остального человечества и развлекает его. Америка породила массовый автомобиль, рестораны быстрого питания, кредитные карточки, джинсы и интернет.

Американское телевидение, голливудское кино, джаз, блюз, рок и рэп лежат в основе современной массовой культуры.

Америка гордится этническим и расовым многообразием. Знаменитый "плавильный котел", превращающий людей разных наций и культур в свободных и равных граждан великой страны, официально считается одним из главных источников ее динамичного прогресса, могущества и процветания.

Поведение Америки на международной арене всегда определялось смесью идеализма и мессианского представления о "сияющем городе на холме", призванном нести свободу и демократию всему человечеству, с национальным эгоизмом. Ярким проявлением последнего является, к примеру, ее нынешнее отношение к охране окружающей среды и борьбе с глобальным потеплением климата. Внешняя политика США во многом формируется под воздействием "нефтяного фактора".

Гарантированные бесперебойные поставки энергоресурсов - вопрос выживания для американской экономики и общества.

Страшным потрясением для всего человечества, но прежде всего для американцев, стала трагедия 11 сентября 2001 года, когда три захваченных террористами авиалайнера были направлены на "башни-близнецы" Всемирного торгового центра в Нью-Йорке и на Пентагон. Под руинами погибли тысячи человек. Четвертый захваченный самолет, вероятно направлявшийся на Вашингтон, разбился в штате Пенсильвания - все находившиеся на борту люди также погибли.

С тех пор единственная сверхдержава продолжает осмысливать новую картину мира и искать дальнейшие способы влияния на остальные государства. И, несомненно, одним из главных средств влияния являются СМИ.

**1. Средства массовой информации США**

Американские средства массовой информации не имеют равных в мире по количеству, разнообразию и техническим возможностям. Весь мир смотрит в кино и на видео американские боевики, комедии, мюзиклы, "мыльные оперы" и мультфильмы. Почти всюду они занимают значительное место в сетке вещания местных телеканалов.

Самым массовым и влиятельным СМИ в США является, несомненно, телевидение. Три общенациональных канала - Эй-би-си, Си-би-эс и Эн-би-си - безраздельно царили в эфире несколько десятилетий. Затем им составили конкуренцию сотни кабельных каналов и телесеть "Фокс". Американское телевидение - бойкое, зрелищное и скорое на перемены. Оно живет прежде всего за счет рекламы, а потому новые программы постоянно рождаются и умирают в зависимости от рейтинга зрительских симпатий.

В стране насчитывается около 10 тысяч коммерческих радиостанций. В больших городах они узко специализируются на обслуживании конкретной аудитории. Человек с любыми музыкальными предпочтениями, родным языком и взглядами на жизнь найдет волну по своему вкусу. Новостные и спортивные станции в основном вещают на средних волнах, музыкальные - на FM.

Свобода слова в США гарантирована Конституцией, и некоторые вещатели предоставляют эфир носителям крайних политических и религиозных воззрений.

Ремарки некоторых ведущих также иногда выходят за рамки хорошего вкуса.

Американское радиовещание, в отличие от телевидения, частично финансируется государством. Национальное общественное радио, включающее в себя около 600 станций по всей стране, предлагает слушателям качественные новости, музыку и ток-шоу без рекламы. Его аудиторию составляют прежде всего люди образованные.

Многие радиовещатели пользуются также частными грантами. Ряд университетов и колледжей содержит собственные станции.

В отличие от Европы, США практически не имеют общенациональной прессы.

Подавляющее большинство из примерно полутора тысяч ежедневных газет рассчитаны на читателей одного штата или большого города, хотя некоторые издания, в особенности "Нью-Йорк таймс" и "Вашингтон пост", известны и авторитетны во всем мире.

Америка - родина интернета. По данным на начало 2003 года, 60 процентов населения страны регулярно посещали Всемирную сеть.

**Пресса:**

"Вашингтон пост"

"Нью-Йорк таймс"

"Ю-эс-эй тудей"

"Крисчен сайенс монитор"

"Уолл-стрит джорнел"

"Лос-Анджелес таймс"

"Бостон глоб"

"Нью-Йорк пост"

"Филадельфия инкуайерер"

"Балтимор сан"

"Ньюсуик" - еженедельный политический

журнал "Тайм" - еженедельный политический журнал

**Телевидение**

Эй-би-си - крупная коммерческая телесеть

Си-би-эс - крупная коммерческая телесеть

Эн-би-си - крупная коммерческая телесеть

"Фокс" - крупная коммерческая телесеть

Си-эн-эн - американский и международный спутниковый канал, первым в мире начавший круглосуточную трансляцию новостей практически в режиме реального времени

Эм-ти-ви - пионер музыкального телевещания

Эйч-би-о ("Хоум бокс офис") - платная телесеть; первой запустила многие из самых удачных программ американского ТВ

Пи-би-эс (Общественная служба вещания) - общественное телевещание, обслуживает около 350 некоммерческих каналов.

**Радио**

"Нешнл паблик радио" (Национальное общественное радио) - некоммерческая сеть радиостанций, транслирующих качественные новости, музыку и культурные программы

"Клиар чэннел" - крупнейшая коммерческая сеть, включающая свыше 1200 станций

"Инфинити" - коммерческая сеть, включающая около 180 станций всех основных направлений

Эй-би-си радио нетуоркс - оператор ряда ведущих радиостанций, вещающих от Атлантического до Тихоокеанского побережья "Голос Америки" - иновещание, финансируемое правительством США

Радио "Свобода" и "Свободная Европа" - вещает на языках народов восточной Европы, бывшего СССР и Ближнего Востока; базируется в Праге; финансируется Конгрессом США

**Агентства новостей**

Ассошиэйтед пресс

ЮПИ (Юнайтед пресс интернешнл)

Блумберг бизнес ньюс

**2. ЮСИА - история и сфера деятельности**

Радиостанция “Голос Америки” является официальным вещательным органом правительства Соединенных Штатов Америки и обслуживает интересы правящей партии и той политики, которую она проводит.

За 57 лет существования радиостанции она не раз меняла свою информационную политику. Не стоит думать, что радиостанция концентрируется на какой-либо отдельной проблеме, на самом деле работа ведется сразу по нескольким направлениям:

* Обеспечение объективной и оперативной информацией жителей развивающихся стран, например Африки и Азии.
* Формирование общественного мнения в развитых странах Европы и остальных стран развитого мира в соответствии с позицией правительства США.
* Влияние на правительства социалистических стран мира для изменения характера их руководства и переход на политику, ведущую к созданию “открытого общества” и соблюдения прав человека.
* Повсеместно проводят политику ознакомления жителей иностранных государств с условиями жизни и правами гражданина Соединенных Штатов Америки.
* Несмотря на то, что с первого взгляда эти намерения не кажутся враждебными, информационная политика радиостанции “Голос Америки” всегда будет обслуживать интересы, которые преследуют правящие круги США.

**2.1. История Информационного Агентства Соединенных Штатов (ЮСИА)**

Радиостанция “Голос Америки” представляет собой не независимый вещательный орган, а лишь подразделение правительственной организации, выполняющее поставленные перед ним задачи, соответствующие уставу и целям головной организации. За всю историю существования радиостанции, а это уже 57 лет, она много раз меняла своего управляющего и, следовательно, цели и методы воздействия на общественное мнение. Без раскрытия этих причин невозможно говорить о понимании истории информационной политики “Голоса Америки”. В настоящее время радиостанция “Голоса Америки” являются частью Информационного Агентства Соединенных Штатов.

История ЮСИА прослеживается от Комитета по общественной информации (Committee on Public Information) времен первой мировой войны, организация которого явилась первым крупномасштабным вкладом правительства США в информационную деятельность за рубежом. В 1938 году возник Междепартаментный Комитет Научного Сотрудничества, в 1942 году начал передачи “Голос Америки” (Voice of America), а в августе 1953 года по приказу президента Дуайта Эйзенхауэра было создано независимое Информационное Агентство Соединенных Штатов (ЮСИА).

В 1961 году Конгресс принимает Акт о взаимном образовательном и культурном обмене, известный как Акт Фулбрайт-Хэйз. В 1978 году произошло слияние Бюро Образовательных и Культурных Связей Государственного департамента и ЮСИА и образовано Агентство Международных Связей Соединенных Штатов (ЮСИСА).

В 1982 году решением президента Рональда Рейгана агентству было возвращено его первоначальное название Информационное Агентство Соединенных Штатов , под которым оно осуществляет свою деятельность по настоящее время.

Штат сотрудников USIA в его штаб-квартире в Вашингтоне насчитывает более 4200 человек. Директор и руководство Агентства назначаются президентом и утверждаются Сенатом.

**2.2. Сфера деятельности ЮСИА**

Задачи ЮСИА: устанавливать и развивать контакты между США и другими странами на личном и институциональном уровнях, способствуя таким образом росту взаимопонимания и международной стабильности;

оказывать помощь в построении демократии и рыночной экономики в странах, стремящихся к созданию открытого общества;

разъяснять политику США таким образом, чтобы она стала понятна широкой зарубежной аудитории;

представлять американское общество во всем его многообразии, способствуя пониманию подлинного смысла политики США представителями зарубежной общественности;

консультировать президента, госсекретаря, членов Совета национальной безопасности и других высших правительственных чиновников по вопросам общественного мнения за рубежом с целью выработки текущей и перспективной политики США;

Содействовать осуществлению программ образовательных и культурных обменов в национальных интересах;

Проводить переговоры по обмену информацией и образовательному и культурному обмену с правительствами других стран.

**2.3. Международное Бюро Вещания**

В 1994 году Указ о Международном Вещании (Гражданский Закон 103-236) собрал все невоенные, государственные международные службы вещания Соединенных Штатов под управление Правительственного Совета по Вещанию (ВВG) и создал Международное Бюро Вещания (IBB). Правительственный Совет по Вещанию включает в себя директора Информационного Агентства Соединенных Штатов и восемь назначаемых президентом членов.

Международное Бюро Вещания состоит из “Голоса Америки”, радио “Марти” и “Марти ТВ”, Мировая Сеть Телевидения и Киноматериалов, а так же службы, обеспечивающей техническую сторону вещания. Две некоммерческие финансируемые грантами организации - радио “Свободная Европа”/радио “Свобода” и радио “Свободная Азия” работают под надзором Правительственного Совета по Вещанию. Совет обеспечивает годовые гранты, специально выделяемые Конгрессом для поддержки этих радиостанций.

**2.4. История радиостанции**

Первоначально радиостанция “Голос Америки” создавалась как противовес фашистской пропаганде и несла некоторую стратегическую роль, являясь важным элементом в так называемой “психологической” войне.

В1942 году, через два с половиной месяца после нападения Японии на Пирл-Харбор, начались передачи радиостанции “Голос Америки”. С первых дней существования она оказалась на стыке интересов трех могущественных сил американского общества: правительственной администрации, военных ведомств и монополистического капитала. Взаимодействие и борьба этих сил, соотношение их влияния во многом определили направление деятельности “Голоса Америки”.

Главной целью США было расшатать устройство социалистических стран путем информирования о событиях, происходящих в этих странах и раскрытия их истинного значения. Носила эта пропаганда некоторый оттенок крикливости и фанатизма, от чего в последующем было решено отказаться.

“Голос Америки” начал вещание на русском языке на Советский Союз лишь через пять лет, в самом начале охлаждения отношений между Советским Союзом и Соединенными Штатами Америки, 17 февраля 1947 года.

Радиостанция “Голос Америки” всегда была главным каналом для проникновения информации из США в социалистические страны. После прихода к власти Джона Кеннеди радиостанция отказалась от наиболее примитивных методов подачи информации. Считалось, что информационные программы должны носить “спокойный и убедительный характер”, и больше аппелировать к здоровым чувствам, чем к дурным инстинктам и эмоциями зарубежной аудитории.

Но до середины 70-ых годов “Голос Америки” являлся официальной правительственной радиостанцией и по этой причине был вынужден действовать с учетом существующих норм и правил отношений между суверенными государствами. Откровенно грубое вмешательство во внутренние дела других стран было ему противопоказано. В результате проведенной в середине 70-ых годов реорганизации “Голос Америки” с формально-правовой точки зрения перестал быть правительственным учреждением и получил возможность более независимой деятельности. Отныне наиболее резкие по тону пропагандистские передачи сопровождались словами диктора, что изложенные мнения и оценки не являются официальной точкой зрения правительства Соединенных Штатов.

20 февраля 1974 года ЮСИА распространило заявление своего директора Д. Кио, где, в частности, говорилось о мерах правительства США, направленных на максимальное расширение потенциальной аудитории слушателей “Голоса Америки” в социалистических странах. С этой целью, разумеется, необходимо было повысить качество этих передач, отказаться от наиболее затасканных антисоветских штампов. Одновременно были значительно увеличены объемы музыкальных программ и передач, рекламирующих американский образ жизни.

Комментаторы радиостанций сосредоточили усилия на так называемой “социологической пропаганде”. Она рассчитана на представителей молодежи, преимущественно. Пропаганда принципов “свободного мира”. Главный упор делался на разнице товарного ассортимента в промышленности двух систем: социалистической и капиталистической. А также, свободу передвижения. В эфире радиостанции до 70-ти процентов времени занимают молодежные передачи, направленные на привлечение молодежной аудитории.

“Голос Америки” много времени уделяет пропаганде американского образа жизни. Велась популяризация принципов “свободного мира”: свобода передвижения, реальная свобода слова и вероисповедания, отсутствие унижающей уравнительной системы и т.д.

В Советском Союзе трансляция передатчиков “Голоса Америки” глушились, но многим удавалось настроиться на запретную волну. Многому было трудно поверить, потому что идеологическая обработка со всех сторон с самого детства утверждало совершенно обратное. Слушатели “голосов” подвергались преследованиям, как административным, так и уголовным, расценивались, как распространители чуждой идеологической пропаганды”.

С самого первого своего выхода в эфир 24 февраля 1942 года, “Голос Америки” всегда обеспечивал своих слушателей точной и объективной информацией. Устав “Голоса Америки” стал законом в 1976 году.

**2.5. Устав «Голоса Америки»**

(Общественный Закон 94-30, США)

“Перспективные интересы Соединенных Штатов направлены на непосредственное общение с людьми всего мира посредством радио. Чтобы быть эффективным, “Голос Америки” (Служба Вещания Объединенного Агентства Информации Соединенных Штатов) должен привлечь внимание и уважение слушателей. Следовательно “Голос Америки” будет руководствоваться нижеизложенными принципами:

1. “Голос Америки” служит в качестве неизменно надежного и авторитетного источника новостей. Новости “Голос Америки” точны, объективны и исчерпывающи.

2. “Голос Америки” представляет всю Америку, а не отдельно взятую часть американского общества, дает сбалансированный и исчерпывающий отчет о значимых американских социальных институтах и идеях.

3. “Голос Америки” представляет политику Соединенных Штатов четко и эффективно, дает авторитетный анализ и мнение об этой политике”.

**2.6. «Голос Америки» сегодня**

“Голос Америки” вещает около 660 часов на коротких и средних волнах диапазона на возможную аудиторию около 86 миллионов человек каждую неделю. Радиостанция вещает на 53 языках, включая английский. “Голос Америки” обеспечивает своими программами более 1100 станций, вещающих в диапазоне УКВ и СВ, а так же “кабельные” станции, находящихся по всему миру, посредством спутника. Эти станции значительно увеличивают аудиторию слушателей “Голос Америки”, так как 86 миллионов - только слушатели ДВ и КВ.

Радиостанция располагает 23-мя корреспондентскими пунктами по всему миру и сетью из приблизительно ста внештатных или работящих на неполную ставку журналистов, пишущих и редактирующих до 180-ти сообщений в день. “Голос Америки” достает информацию из многих независимых источников, включая международные телеграфные агентства и американские электронные и печатные средства массовой информации. Каждое сообщение проверяется по крайней мере хотя бы одним редактором и, в соответствии с правилом “Голоса Америки” о “двух источниках”, все независимые источники перепроверяются с другими источниками, чтобы удостоверить получаемые от них факты.

Хотя новости занимают высокое положение в сетке программ “Голоса Америки”, слушатели могут услышать звонки в студию, авторские программы, передачи, обучающие английскому языку и музыкальные шоу. Отделы, вещающие на иностранных языках, производят и выпускают в эфир передачи, которые приспособлены к вкусам зарубежной аудитории.

Иностранные отделы, наряду со своими программами и информационными выпусками, выпускают ежедневный редакторский выпуск, показывающий позицию правительства Соединенных Штатов по различным вопросам.

**2.7. Телевидение “Голос Америки”**

Не забывая о том, что к концу двадцатого века телевидение заняло прочное место среди средств массовой информации, влияющих на общественное мнение, а порою и выходит на первый план, ЮСИА расширяет работу информационного отдела радиостанции и начинает телевизионное вещание.

25 октября 1996 года “Голос Америки” начал трансляцию телепередач из новой телестудии, расположенной в Вашингтоне, в штаб-квартире “Голоса Америки”. Трансляция ведется на фарси, по одному часу в день. Скоро появятся программы на арабском, английском, русском, испанском и тайском.

**2.8. Интернет-сервер “Голос Америки”**

В двадцать первом веке должное место среди СМИ займет глобальная информационная сеть Интернет, которая, возможно, поглотит все остальные виды масс-медиа. “Голос Америки” готов к грядущим изменениям и уже сейчас предоставляет пользователям сети Интернет качественный сервер.

С января 1994 года информация с “Голоса Америки” стала доступной в сети Интернет. Сервер “Голоса Америки” предлагает программы передач, список частот, на которых вещает “Голос Америки”, оцифрованные аудиоролики из многих передач и много другой информации о “Голосе Америки”. На сервере можно найти сводки новостей из информационных выпусков “Голоса Америки” и послушать прямой эфир этой радиостанции в формате Реальное Аудио.

Передачи русской службы “Голос Америки”

Трансляция на русском языке ведется семь дней в неделю, с двенадцати часов дня до полуночи.

Русская служба радиостанции “Голос Америки” в данное время делает и транслирует около сорока программ на русском языке, большинство из которых делятся на следующие разделы:

Рассказывающие о жизни в Соединенных Штатах Америки, пропагандирующие американский образ жизни: “Путешествуя по Америке”, “Легендарные американцы”, “Американские фермеры”, “Нью-йоркский репортаж”, “В фокусе Америка”, “Американская семья”, “Жизнь в США”, “Американцы ХХ столетия”.

Образовательные передачи: “Религия в нашей жизни”, “О словах и людях”, “Английский язык для бизнесменов”, “Этика”, “Медицина и здоровье”, “Основы управления”, “Все о бизнесе”, “Власть закона”, “Кино”.

Информационные передачи: “Витраж”, “Спорт”, “Дальневосточный курьер”, “События и размышления”, “Обзор писем”, “Обзор еврейской жизни”.

Молодежные передачи: “Для женщин”, “Концерт поп музыки”, “Любителям джаза”.

Дискуссионные передачи: “Говорите с Америкой по-русски”, “Круглый стол”, “Форум”, “Радио Объектив”.

Радиостанция “Голос Америки” формирует общественное мнение в нужном для определенных сил ключе, а так как “Голос Америки” является правительственной радиостанцией, то заинтересованная в этом сторона более чем определенна. В связи с этим даже ряд объективных и правдивых репортажей могут служить и служат для искажения общей картины реальной ситуации. Как бы ни был профессионален и честен коллектив радиостанции, она всегда будет служить тем целям, которые поставит правительство Соединенных Штатов Америки в лице Правительственного Совета по Вещанию.

Несмотря на то, что американские журналисты представляют собой специалистов высшей квалификации, а материалы не являются мистификацией и подлогом, т.е. не содержат явных нарушений с точки зрения правильности фактов, но несут в себе явный отпечаток намеренной необъективности, который ранее, во времена “холодной” войны можно было легко принять за несоответствие во взглядах и мироощущении различных систем общества (социалистической и капиталистической), теперь можно и нужно понять, как соблюдение некоторой нормы, установленной лицами властьпридержащими. Как и ранее, радиостанция “Голос Америки” является действенным орудием пропаганды, ранее антисоветской, а ныне - антироссийской.

Под этим углом зрения мне кажется действие любых правительственных радиостанций (т.е. изначально не имеющих свободы слова) на территории других стран крайне вредным и противозаконным. Не поэтому ли радиостанции “Голос Америки” запрещено вести работу, направленную на граждан США?

**3. Телевидение и интернет в США – перспективы развития**

Интернет ставят в ряд с такими изобретениями человечества, как речь, письменность, печатная книга. Не возникает сомнения, что компьютерные телекоммуникации становятся нервной системой современной цивилизации, совершая качественное преобразование экономической, социальной и политической структур общества.

Недавно появился термин “инфоструктура”, который обозначает совокупность информационных инфраструктур. “Само появление такого краткого и емкого термина показательно для повышенного внимания общественно-научной мысли к влиянию информационных факторов на решение актуальных проблем века”.[[2]](#footnote-2) Основой будущей глобальной инфоструктуры стала сеть Интернет.

# 3.1. Как традиционные СМИ проявляют себя в новом окружении

**Печатная пресса**

Впервые электронным образом газеты стали доставляться в начале 1980-х годов в рамках эксперимента, в котором участвовал ряд печатных изданий, в том числе «Нью-Йорк Таймс» и «Вашингтон Пост». Но в силу дороговизны и узости рынка эксперимент был прерван. В массовом порядке периодические печатные издания начали создавать свои электронные версии на сайтах под своим именем в 1993-1995 годах, а бум создания электронных газет пришелся на 1996 год, когда насчитывалось около 450 сайтов, представляющих только газеты, не говоря уже о других периодических изданиях. [[3]](#footnote-3) Сейчас из более чем 5000 газет в сети 3520 производятся в США. Пять американских штатов насчитывают более сотни локальных сетевых газет каждый: в Нью-Йорке их максимальное количество - 175, затем следует Огайо (161), Флорида (142), Миннесота (134) и Массачусеттс (126).

**Информационные агентства**

Информационные агенства идут по двум разным путям: создают собственные сайты или же выступают в качестве дистрибьюторов информации под своей «шапкой» для уже существующих сайтов. Например, «Ассошиэйтид Пресс» четко придерживается позиции не распространения своих пакетов новостей иначе, чем через собственные сайты - «AP Online» и «The Wire» - в основном, только для членов ассоциации (1550 американских газет). Было только несколько исключений, например, договоренности с «AOЛ» или «Yahoo!».

Другое крупнейшее международное агентство – «Рейтерc» («Reuters») избрало прямо противоположный путь. Став партнером таких раскрученных сайтов, как «Yahoo!», «Рейтер» начал составлять конкуренцию «доморощенным» службам новостей, нпример, «Блумбергу» («Bloomberg») и «Ассошиэйтид Пресс». Американское отделение «Рейтера» заключило контракт на информационное обслуживание поисковых гигантов, включая «America Online», «MSN», «Ликоса» («Lycos») и «Инфосик» («Infoseek»). Пока традиционные провайдеры новостей, например, телесети «Ай-Би-Си» («ABC»), «Эн-Би-Си» («NBC») и «Си-Би-Эс» («CBS») размещали информацию в пределах своих сайтов, оставалось достаточно места для конкурирующих фирм, готовых поступится «высокими идеями» и продавать свой новостной продукт в качестве информационного ресурса. Успех в раскручивании «торговой марки» сказался и на доходности. "В общей сложности, для «Рейтера» наши продажи в Интернет - капля в море. Мы делаем десятки миллионов для компании, которая ежегодно зарабатывает $5 миллиардов. Но опять-таки, что касается сети, мы являемся одной из самых доходных компаний».[[4]](#footnote-4)

#### Радиовещание

Радиовещание в сети появилось в начале 90-х. С тех пор объем вещания в Интернете удваивается практически каждый год. Приемлемое стерео вещание уже возможно на скоростях от 24 кбит/с. Существует два способа объединения Интернета и радио: в реальном времени и в записи. Утверждается, что организация вещания в Интернете гораздо дешевле вещания традиционным способом, а для слушателя, который имеет компьютер, стоимость приема передач тоже невысока. [[5]](#footnote-5) В качестве перспектив использования Интернета можно назвать обмен радиопрограммами между станциями, широкое использование нового вида вещания агентствами новостей и рекламными агентствами. Уже сейчас количество радиостанций в сети достаточно велико, так что существуют специальные программы-браузеры, позволяющие автоматически искать нужные программы или музыку он-лайн. Можно назвать, например, «Спиннер» («Spinner» - «Spinner.com») или ««Сони»к Радио» («SonicNet's Flash Radio»), которые не предлагают почти никаких комментариев ди-джейев или рекламы, и при этом более 150 каналов музыки по направлениям, причем даже по таким редким, как, например, кельтская музыка или Миссисипи блюз.

# Влияние Интернета на рынок новостей

Само появление традиционных СМИ в сети повлияло на рынок новостей. Оно привело к двум тенденциям: с одной стороны, традиционные СМИ стали привносить информацию в сеть, увеличивая ее общее количество и позволяя пользователям оперативно получать новости. Это позитивно сказалось на состоянии рынка новостей в сети, ведь именно традиционные СМИ, как устоявшаяся структура, обладают наилучшими возможностями для сбора информации и поиска новостей из-за наличия работающего профессионального коллектива и материальной базы. С другой стороны, сама сеть стала источником новостей для традиционных СМИ (телепередачи, колонки в газетах, журналы, освещающие тему Интернета).

## 3.2. Развитие телевидения, подготовившее базу для возможного процесса конвергенции с компьютерными технологиями

#### Развитие кабельного и спутникового телевидения

Телевидение развивалось поэтапно: в конце 70-х произошла стремительная экспансия кабельного TV. С конца 80-х идет повсеместная замена коаксиального кабеля на оптико-волоконный, позволяющий передавать в десятки раз большее количество каналов, а следовательно, и информации. Потребитель сможет получать до нескольких сотен разных каналов через единый кабель. Первой начала разработку кабельной системы, основанной на цифровой кодировке сигнала и состоящей из 500 каналов компания ТСI компания ТСI (Telecommunication Incorporated), основанная в 1992 году. Быстрое овладение рынком кабельного телевидения в планировавшихся масштабах не удалось, но компания продолжает разработки и остается одной из крупнейших среди подобных.

По данным компании «Юпитер Коммуникэйшнз» («Jupiter Communications»), сейчас в 95,267,005 домов проведены кабельные системы , что составляет около 94% всех домов страны.[[6]](#footnote-6) По данным же журнала «Бродкастинг энд Кэйбл» («Broadcasting&Cable»), кабельными системами охвачены 67 миллионов домов, но только в 60% из них кабель усовершенствован настолько, что в домах могут принимать более 54 каналов (а количество домов со специальным оборудованием для приема такого множества каналов совсем невелико).

Одной из причин того, что кабельное телевидение развивается не так быстро, как предполагалось “горячими головами” несколько лет назад стало появление у него нового конкурента - прямого спутникового вещания «Ди-Би-Эс» («DBS» - «Direct Satellite Broadcasting»). Пионером в этой области стала компания «Дайректив» («Directive»), сейчас основными провайдерами являются «Диш Нэтворк» («Dish Network»), «Ю-Эс-Эс-Би» («USSB»). Сейчас идет работа над удешевлением оборудования, позволяющего принимать и декодировать спутниковые сигналы, улучшением качества спутниковой связи, и, в частности, сведением на нет влияния географических факторов на качество передачи, уменьшением размеров воспринимающих антенн (уже создана 18-ти дюймовая - примерно 45 см в диаметре - “мини-тарелка”).

#### Переход на цифровое вещание

Технологическим прорывом в телевещании можно назвать переход на цифровую передачу данных.(«digital transmission»).

Цифровое вещание основано на применении компрессии аналогового сигнала в цифровой и обратно и позволяет передавать огромные объемы информации - и значительно быстрее, чем по аналоговым линиям (со средней скоростью 10-20 мегабайтов в секунду). Для сравнения: скорость аналоговой передачи - 128 килобайтов в секунду.[[7]](#footnote-7)

При этом качество получаемого изображения несравнимо лучше обычного.

**3.3. Перспективы создания на базе компьютеров полного домашнего контроля и объединения в глобальную сеть**

Лидером среди компаний, инвестирующих в Интернет-телевидение, является компания «Майкрософт».

В Соединенных Штатах сейчас насчитывается более трехсот миллионов телеприемников, и «Майкрософт» готов вкладывать огромные средства ради перспективы их объединения в глобальную интерактивную сеть, в которой, возможно, использовалась бы будущая версия «Windows» или новая майкрософтовская программа в качестве интерфейса. Можно с уверенностью сказать, что «Майрософт» хочет завладеть рынком телекомпьютеров, как и всеми остальными рынками”.[[8]](#footnote-8)

«Windows» сейчас активно адоптируются также к таким устройствам, как цифровые телефоны, СиДи-плейеры и всем другим возможным. “Мы верим, что сможем произвести более удобное, доступное, идеально интегрирующееся окружение [операционную систему] для потребителя, в пику десяткам разных систем с десятком разных интерфейсов”.[[9]](#footnote-9) Перевод: не исключена система «Windows» даже для вашего тостера.

Все это сочетается с предложением «Интел» микросхемы, которая позволяет устанавливать небольшие цифровые устройства - модемы, видеокамеры на компьютеры, так что «Windows» делает их автоматическую конфигурацию. Следующее поколение подобной схемы будет предлагать то же самое уже для цифровых телевизионных приставок, цифровых проигрывателей видеодисков, цифровых СиДи-чейнджеров (прибор для проигрывания и автоматической смены компакт-дисков). Возможно, через какое-то время компьютер с «Wintel» (то есть процессором от «Интел» и операционной системой «Windows») внутри станет центральным процессором для всех информационных, развлекательных и утилитарных аппаратов в домах.

Что же касается только интерактивного телевидения, «Интел» и «Майкрософт» официально объявили о начале совместной работы над созданием единой платформы для конвергенции телевизора и компьютера в апреле 1998 года. Чтобы ускорить процесс конвергенции, программное обеспечение «Интел» для «Интеркаст» будет интегрировано в продукцию «Майкрософт», начиная с приложения «ВэбТВ» для для «Windows», совместимого с операционной системой «Microsoft Windows 98». [[10]](#footnote-10)

**Заключение**

В данной работе я постаралась проанализировать вопросы организации информационной деятельности США, а также влияние новых технологий на дальнейшее развитие СМИ.

С появлением и распространением сети Интернет стало возможным говорить о рождении новых СМИ, объединяющих свойства традиционных медиа и позволяющих более полно и разнообразно осуществлять коммуникативные процессы.

Интернет все больше расширяется и уже достиг глобальных масштабов. Он воспринимается и как огромная библиотека, и как средство массовой информации, и как бизнес-пространство. Все традиционные СМИ стараются закрепиться в сети, поскольку это позволяет им расширить свои возможности по взаимодействию с читателем (зрителем), более комплексно и эффективно исполнять свои задачи для распространения информации и увеличить аудиторию. Перспективы взаимодействия с сетью велики, и понимание этого ведет к ускорению процессов конвергенции традиционных СМИ с сетевыми технологиями.

В период перехода к Информационному обществу информации становится все больше, и она становится все более доступной. Телевидение, как и остальные СМИ, начинают применять цифровые технологии, позволяющие расширить возможности по передаче информации. Все большую роль в жизни общества играет сеть Интернет, постоянно расширяющая охват пользователей. Происходит слияние традиционных СМИ и новых сетевых СМИ в единый информационный поток. Телевизионные компании пробуют налаживать вещание в сети, и, с другой стороны, пытаются перенести просмотр сети на экраны телевизоров. В итоге неизбежна новая морфология телевизора, который превращается в телекомпьютер (ПКТВ). В перспективе, телекомпьютеры смогут быть объединены в глобальную сеть.

Наблюдаются процессы все большей концентрации и укрупнения корпораций. Крупнейшие интегрированные компании, «мегаигроки», определяют ситуацию на информационно-развлекательном рынке. В связи с этим, с одной стороны, входящим в объединения компаниям становится проще поддерживать рентабельность, создавая качественный программный продукт, но с другой стороны, появляется опасность возникновения самоцензуры и стандартизации подхода, ведущей к формированию у потребителя шаблонных ценностей.

Как эти процессы повлияют на развитие СМИ в Украине, которые нельзя рассматривать вне общемировых тенденций, тон которым задают процессы в американских СМИ?

Конечно, мы сильно отстаем и по уровню распространения компьютерных технологий, и по уровню телефонизации. Но «возможности развития компьютерной технологии позволяют ускорить информационное выравнивание».[[11]](#footnote-11) Этот процесс идет неравномерно, существует большой разрыв между состоянием в центральных городах и областях, между группами населения по обеспеченности. Но то, что доступ к электронным технологиям имеет хотя бы какой-то процент населения среднего уровня доходов, уже большой прогресс для Украины.

С опозданием, но те же процессы сращивания СМИ и сегментации аудитории пойдут и в Украине. Поэтому нам очень важно изучать американский опыт, стараться воспринимать все лучшее и учиться на ошибках.

Приложение 1.

12:47  06.02.2001  
АГЕНТСТВО "АССОШИЭЙТЕД ПРЕСС" УДОСТОЕНО ПРЕМИИ "СВОБОДА ПРЕССЫ"

Крупнейшее информационное агентство США "Ассошиэйтед Пресс", а также его президент и генеральный директор Луис Боккарди стали лауреатами престижной премии "Свобода прессы и право общественности на информацию"

Эта премия была учреждена в 1954 году факультетом журналистики Аризонского университета и Ассоциацией аризонских газет в честь Джона Питера и Анны Кэтрин Зингеров - издателей выходившей в 30-х годах XVIII столетия газеты "Нью-Йорк уикли джорнэл". В 1734 году Джон Питер Зингер был брошен в застенок британскими колониальными властями за критические материалы. Анна Кэтрин продолжила дело мужа. Суд над ним и оправдание стали важными вехами в истории борьбы за свободу прессы на американском континенте. "Агентство АП давно уже находится в первых рядах поборников свободы прессы", - отметил в понедельник Дон Солдуэдел, председатель Консультативного совета факультета журналистики Аризонского университета. "АП и Луис Боккарди, - добавила исполняющая обязанности главы факультета Жаклин Шарки, - сделали очень много для того, чтобы достоянием гласности стали правительственные материалы, что важно для сохранения свободы информации". Премии будут вручены 29 марта в Тусоне, штат Аризона[[12]](#footnote-12).

Приложение 2

30 апреля 2003

По материалам радио Свобода

Интерес к цифровому телевидению в США и Англии остается невысоким

Будущее, несомненно, за цифровым телевидением, однако, потребителя еще предстоит долго убеждать в том, что это так. Таков основой вывод проведенных недавно в Британии и США маркетинговых исследований.

Обобщив данные новых исследований, аналитики пришли к выводу, что крупные вложения в технологию и рекламу в обеих странах пока еще не только не вызвали у потребителя повышенного интереса, но даже не дали элементарного знания о цифровом телевидении.

"Мы обнаружили очень низкую осведомленность покупателей в отношении цифрового TV, - говорит Дженис Джонс, руководитель исследований, проведенных в Соединенных Штатах, - Люди должны получить гораздо больше информации, если цифровая революция действительно намечается".

Примерно такая же картина и в Великобритании, где только молодежь составляет группу потребителей, с энтузиазмом относящуюся к этой новой технологии. Совмещение возможностей телевизора и компьютера в одной машине вызвало повышенный интерес только у 9% опрошенных в этой стране[[13]](#footnote-13).

К июлю 2007 года все телевизоры, купленные в США, должны будут иметь цифровой тюнер согласно постановлению Federal Communications Commission (FCC).

В постановлении также указано, что телевизоры с диагональю 36 дюймов или больше должны иметь тюнеры уже к июлю 2004 года. Телевизоры с диагональю меньше 13 дюймов вообще не рассматриваются в этом постановлении.

Приобретению тюнера по сегодняшним ценам обойдется на 200$ дороже, чем стоимость обычного телевизора. Уже сейчас ясно, что пользователи попытаются помешать распространению этого постановления[[14]](#footnote-14).

**Список используемых источников:**

1. Афанасьев В.Е. Американская газета «Крисчен Сайенс Монитор» в информационной супергагистрали» в 1996 году // Вестник МГУ серия 10 журналистика. - 1997. - №6. - стр.72
2. Баннов Б.Г. Чужие голоса в эфире. Х., Фолио, 1999
3. Власов Ю.М.Средства массовой информации и современное буржуазное государство.
4. Засурский Я.Н. Журналистика в переходный период // Вестник МГУ серия 10 журналистика. - 1997. - №5. – стр.6
5. Землянова Л.М. Инфоструктура электронной демократии (дискусионные мнения зарубежных аналитиков) // Вестник МГУ серия 10 журналистика. - 1997. - №3. - стр.81
6. подрывная пропаганда.
7. Поклад А.Б.Массовая информация:  международное общение или
8. Ярошенко В.Н.“Черный” эфир: подрывная пропаганда.

**Материалы сети Интернет**

1. Jeffrey S. Young Don't touch that dial. Set-top bugaloo http://www.forbes.com/tool/html/99/mar/0313/dial.htm
2. Bill Moses UN Television World Forum New Scenarios in Television: Quality, Quantity, Access Nov. 20, 1997 New York . //http://www.nypost.com/search/nov/1020/un.htm
3. Frank Rose (репортер ассоциации Эрин Браун (Erin Brown) The End of TV as We Know It. - Fortune. - December 23, 1996 // http://www.pathfinder.com/fotune/1996/961223/web.htmlr
4. Frank Rose (репортер ассоциации Эрин Браун (Erin Brown) The End of TV as We Know It. - Fortune. - December 23, 1996 // http://www.pathfinder.com/fortune/1996/961223/web.html
5. http://www.era.ru/eraline/getnews.asp?SID=3464
6. http://www.informika.ru/text/grants/fund
7. http://www.usia.gov
8. http://www.voa.gov
9. Intel, Microsoft to allign Efforts on Interactive TV Programming . – NBC. - 4/8/98 // http://www.msnbs.com/news/apr/0408/feature\_index.htm
10. Judy DeMocker Companies Battle To Find Killer Product for Internetb TV Market. – December/1/1997 – http://www.pathfinder.com/fortune/1997/01/12/comp.htm
11. Katherine Cavanaugh More data faster. - Apr/24/1999 // http://www.forbes.com/tool/html/98/jun/0629/side1.htm
12. Online Developers III Conference. – September/1996 Цит.по: David Donnelly The Future of Television. Television Forecasts. - University of Houston, School of Communication // http://www.hfac.uh.edu/MediaFutures/home.html
13. Regina Joseph Web wars: AP and Reuters. Is a higher mission enough? - 03/19/99 // http://www.forbes.com/tool/html/99/mar/0319/feat.htm
14. Vicki Contavespi The cable guy. - Forbes. - Dec/03/1998 // http://www.forbes.com/tool/html/98/dec/1203/feat.htm
15. www.news.bbc.co.uk
16. www.svoboda.org
17. www.yandex.ru/search.153.145.845.news.html
18. Джерри Пурнелл Закон Мура и его последствия // http://www.intellectualcapital.ru/iss1-5/icbus1.htm .
19. По докладу "Радио и Интернет", с которым выступил Директор отдела развития Уорлд Радио Нэтворк (World Radio Network) Джеф Кохен.(Jeff Kohen) на Втором международном конгрессе телерадиовещания в рамках TRBE-98. - частично опубликован в Московском Информационном DX Бюллетене // http://www.midxcb.chat.ru/nat/

1. Диалог Данилы Багрова и Даши Мерелин в Чикаго. Фильм «Брат-2» [↑](#footnote-ref-1)
2. Землянова Л.М. Инфоструктура электронной демократии (дискусионные мнения зарубежных аналитиков) // Вестник МГУ серия 10 журналистика. - 1997. - №3. - стр.81 [↑](#footnote-ref-2)
3. По: Афанасьев В.Е. Американская газета «Крисчен Сайенс Монитор» в информационной супергагистрали» в 1996 году // Вестник МГУ серия 10 журналистика. - 1997. - №6. - стр.72 [↑](#footnote-ref-3)
4. Regina Joseph Web wars: AP and Reuters. Is a higher mission enough? - 03/19/99 // http://www.forbes.com/tool/html/99/mar/0319/feat.htm [↑](#footnote-ref-4)
5. По докладу "Радио и Интернет", с которым выступил Директор отдела развития Уорлд Радио Нэтворк (World Radio Network) Джеф Кохен.(Jeff Kohen) на Втором международном конгрессе телерадиовещания в рамках TRBE-98. - частично опубликован в Московском Информационном DX Бюллетене // http://www.midxcb.chat.ru/nat/ [↑](#footnote-ref-5)
6. Vicki Contavespi The cable guy. - Forbes. - Dec/03/1998 // http://www.forbes.com/tool/html/98/dec/1203/feat.htm [↑](#footnote-ref-6)
7. Katherine Cavanaugh More data faster. - Apr/24/1999 // http://www.forbes.com/tool/html/98/jun/0629/side1.htm [↑](#footnote-ref-7)
8. Джерри Пурнелл Закон Мура и его последствия // http://www.intellectualcapital.ru/iss1-5/icbus1.htm . [↑](#footnote-ref-8)
9. Frank Rose (репортер ассоциации Эрин Браун (Erin Brown) The End of TV as We Know It. - Fortune. - December 23, 1996 // http://www.pathfinder.com/fotune/1996/961223/web.htmlr [↑](#footnote-ref-9)
10. Intel, Microsoft to allign Efforts on Interactive TV Programming . – NBC. - 4/8/98 / http://www.msnbs.com/news/apr/0408/feature\_index.htm [↑](#footnote-ref-10)
11. Засурский Я.Н. Журналистика в переходный период // Вестник МГУ серия 10 журналистика. - 1997. - №5. – стр.6 [↑](#footnote-ref-11)
12. www.news.bbc.co.uk [↑](#footnote-ref-12)
13. www.svoboda.org [↑](#footnote-ref-13)
14. http://www.era.ru/eraline/getnews.asp?SID=3464 [↑](#footnote-ref-14)