**Современная зарубежная журналистика**

**История мировой журналистики**

История зарубежной журналистики является предметом, который изучает историю газет, журналов, информационных агентств, а также некоторые особенности возникновения и функционирования телевидения и радио зарубежных стран, творчество известных публицистов, вопросы развития Интернет. Курс призван познакомить студентов с эволюцией средств коммуникации в мире, выработать у них четкую концепцию исторического развития средств массовой информации как модели общемировой журналистики. За основу градации выбран территориально-географический принцип.

Как свидетельствует эволюция журналистики, одним из главных направлений ее развития было наиболее полное удовлетворение потребностей человека в коммуникации, т. е. необходимой ему социально значимой информации. Уже в доисторические времена человек сам выступал как средство коммуникации: различные сведения распространяли среди сородичей шаманы, предсказатели, оракулы, а средством консервации ее являлась наскальная живопись, пергамент, глиняные дощечки.

К настоящему времени большинство исследователей едины во мнении, что появление прессы следует отнести к V в. до н. э., когда в Риме выходили первые газеты, которые стали напоминать современные при Юлии Цезаре - в 60 году до н. э. Наиболее известным является ежедневный бюллетень "Acta diurna" ("События дня"). Вместе с тем имеются сведения, что и в Азии также имелись доисторические издания (например, в Ките в VIII веке нашей эры выходила "Дибао"-"Придворная газета", "Кибелчжи"-"Хроникальная газета"; в Японии на глиняных досках выпускалась "Иомиури каварабан"-"Читать и передавать"), являющиеся, по сути, прагазетными явлениями.

В средневековье широкое хождение имели так называемые "летучие листки" (среди них - реляции, ревю, куранты и др.), носившие ярко выраженный информационно-прикладной характер. Изобретение в 1440 г. И. Гуттенбергом процесса печати с помощью подвижных литер дало толчок развитию прессы и журналистики. Родиной прессы как социального института можно считать территорию Западной Европы. Первой газетой в собственном смысле этого слова принято считать бельгийскую "Niewe Tydingen" ("Все новости"), которая стала выходить в Антверпене приблизительно с 1605 года в типографии Авраама Вергевена. С 11 марта 1702 г. в Англии, в Лондоне, стала издаваться первая ежедневная газета "Daily Courant" ("Ежедневный вестник").

В древние времена формы языка реализовывалась в летописях, хрониках, анналах, жизнеописаниях, историях, путешествиях, в многообразных эпистолярных формах - от личного письма до официальных посланий, от поучений и наказов до булл, рескриптов, прокламаций. А с возникновением печатной журналистики стала формироваться система журналистских жанров. Среди начальных можно назвать информацию-хронику, репортаж, памфлеты. Далее стали появляться и другие газетно-журнальные жанры.

Принято выделять следующие типы журналистик: религиозно-клерикальная (XV-XVI вв.), феодально-монархическая (XVI-XVIII вв.), буржуазная (XIX-XX вв.), социалистическая (XX вв.) и общегуманистическая (конец ХХ в. - начало III тысячелетия).

В средневековье, в период религиозно-клерикального типа, диапазон творчества был резко ограничен. Это объяснялось не столько малым числом грамотных людей, сколько влиянием религии на все сферы жизни. Не допускалось инакомыслия, которое находило отражение в периодических изданиях. Феодально-монархический тип отражает невысокую экономическую развитость общества и начало перехода от натурального хозяйства к товарно-денежным отношениям. Развитие торговли требовало обмена информацией о товарах, прибытии кораблей, ценах. В XIX в. журналистика стала важнейшей частью общественно-политической жизни и хозяйствования. Она превратилась в орудие политической борьбы - 80 процентов прессы носили ярко выраженный политический и общественно-политический характер. Произошло классическое разделение прессы на качественную (элитарную) и популярную (массовую). К концу ХХ в. к ней прибавился тип промежуточных СМИ. Социалистическая журналистика всецело была ориентирована на идеологическую зависимость, главной константой в ней была партийность. К настоящему времени мы можем говорить о формировании общегуманистической журналистики. Давая оценку существовавшим типам, нужно отметить, что не везде они существовали обязательно в таком порядке и чистой форме - их наличие зависело от конкретной ситуации в государстве.

В буржуазной и социалистической журналистике, которые развивались (по большому счету) параллельно, проявился в наиболее полной степени феномен массовой информации - обращение к широчайшей аудитории, возможность системно, многоступенчато влиять на палитру мнений в обществе.

В общегуманистической журналистике, которая формируется в настоящее время, основным принципом является отказ от ее любого силового воздействия на другие институты. Журналистика - средство коммуникации, а не дубинка. СМИ должны побуждать выражать общественное мнение и предоставлять информацию, четко отделяя ее от других мнений и комментариев.

Фактически с первых шагов журналистики в ней обозначились три подхода, которые, сменяя друг друга, определяли ее типологию на разных этапах: казуалистский, функциональный и коммуникационный. Казуалистский подход основан на понимании средств массовой информации как безотказного орудия массового воздействия по схеме "причина - следствие", т. е. в конечном счете по принципу "коммуникатором сказано - реципиентом сделано". Этот подход предполагал форсированное насаждение авторитета прессы, ее верховенство над умами. Функциональный подход покоился на несогласии с такой установкой, отстаивая отношения равноправного партнерства реципиента с коммуникатором, в результате чего реципиенту не обязательно брать на веру и принимать к исполнению все, что ему сообщает и что от него требует коммуникатор. Наконец, если во главу угла ставить не партнерство коммуникатора и индивидуального реципиента, а весь комплекс взаимоотношений средств массовой коммуникации и общества, то возникает подход, называемый коммуникационным.

Основные этапы развития СМИ:

1) до начала нашей эры - прагазетные явления;

2) с начала нашей эры до XV в. н. э. - эпоха рукописных изданий;

3) с XV в. до XVII в. - изобретение и развитие книгопечатания, становление газетно-журнального дела;

4) с XVIII в. до начала ХХ в. - развитие журналистики как общественного института, совершенствование полиграфической базы, становление прессы как основы демократии;

5) с 1900 г. по 1945 г. - приобретение печатью функций "четвертой власти";

6) с 1945 г. по 1955 г. - процесс концентрации и монополизации СМИ;

7) с 1955 г. по 1990 г. - эпоха становления электронных средств коммуникации;

8) с 1990 г. по настоящее время - становление нового информационного порядка в мире.

**История журналистики России (конец XIX - начало XXI вв.)**

История журналистики неразрывно связана с историей страны и государства. На страницах газет и журналов нашли отражение процессы повседневной жизни. История журналистики - это история жизни народа, воплощенная в газетные полосы, журнальные страницы, показанная на экранах телевизоров, звучащая по радиоволнам. Знание истории ведущих изданий, умение анализировать тексты, печатавшиеся в газетах и журналах, освободят современных журналистов от множества ошибок, помогут пишущим в дальнейшей работе.

Октябрь разделил весь русский мир на два враждебных лагеря, предоставив одной группе право обвинять всех и во всем, монополизировать все виды печати, другой... эмигрировать. Отдельный вид прессы - это журналистика русского зарубежья. За границей, в эмиграционных центрах постепенно возникали русскоязычные средства информации, которые отражали, в большинстве своем, позицию эмигрантов на судьбу России, на события, происходящие на родине. Сборники статей, альманахи, еженедельники, газеты и журналы наводнили печатный рынок Праги, Парижа, Берлина, Женевы, Харбина. Каждая эмигрантская группа, объединенная печатным органом, резко нападала на бывших сограждан, бросая обвинения и вопрошая: Кто виноват в том, что произошло с Россией? Что делать?

Журналистика в годы Советской власти (1917-1991 гг.) была большей частью идеологизированной, отражала взгляды правящей партии на построение социализма в стране. Но, изучая журналистику советского государства как целостную систему, необходимо выделять то положительное, что было наработано поколениями журналистов.

Последнее десятилетие (1991-2001гг.) - годы качественных изменений СМИ. Появление новых средств информации и новых форм печатных изданий (журналы-ревю, журналы на дискетах, электронные версии газет и журналов), повсеместное развитие Internet. Укрепление законодательной базы об учредителях и издателях СМИ. Типологические изменения в современных СМИ. Закономерности формирования и развития информационного рынка.

Коммерциализация СМИ. Влияние рыночных отношений на формирование системы журналистики России. Образование новых радиостанций, каналов телевидения, выпуск новых программ, засилие шоу-программ. Многопартийность и журналистика. Реклама в СМИ: простота и образность; новые принципы финансирования журналистики.

**Начало рабочей печати в России (1883-1894 гг.)**

Революционно-демократическая пресса явилась предшественницей рабочей печати. Издательская деятельность первых рабочих организаций заключалась в выпуске прокламаций и листовок. "Северный союз русских рабочих" подготовил газету "Рабочая заря". Женевская группа "Освобождение труда" выпускала "Библиотеку современного социализма" и журнал "Социал-демократ". Особой популярностью в России пользовались издания Суворина А. С. - газета "Новое время" (1876-1917гг.), журнал "Исторический вестник" (1880-1917гг.).

Печать России на рубеже веков (1894-1903гг.) "Правительственный вестник" (1869-1917гг.) - официальная газета российского министерства внутренних дел. Авторитет местных газет "Губернские ведомости" и "Епархиальные ведомости". Еженедельник "Гражданин" (1872-1915гг.). В этот период в России возникает марксистская рабочая печать. "Союз борьбы за освобождение рабочего класса" издает 99 листовок, подготавливает к изданию газету "Рабочее дело". Широко распространяются журналы легальных марксистов. За границей издается газета "Искра" и журнал "Заря". Плеханов Г. В. редактирует "Искру"(1903-1905гг.). Интерес общества вызывает периодика эсеров: газета "Революционная Россия" (1900-1905гг.), журнал "Вестник Русской революции" (1900-1905гг.).

**Журналистика России в период русской революции (1904-1907гг)**

Создание печати, предназначенной для разных слоев (газеты рабочие, профсоюзные, молодежные, солдатские). Выдвигается лозунг "свободы печати" - основное требование русской прессы. Организация Союза русской печати. Принятие Царского манифеста 17 октября 1905 года.

Последствия принятия правительством Временных правил о печати. Политические свободы, многопартийность и развитие журналистики. Первая легальная газета большевиков "Новая жизнь". Возникновение печатных органов Советов рабочих депутатов. Особую популярность приобретает военная печать. Публицистическое, организаторское и финансовое участие М.Горького в печати. Гонения на прессу. Современные публикации о первой русской революции.

**Журналистика России в годы реакции (1907-1910 гг.)**

Положение в стране, обстановка подавления революции. Невозможность легальной издательской деятельности для большинства партийных организаций. Расцвет крупнейших книгоиздательств:

а) Сытина И. Д. в Москве;

б) Суворина А. С. в Петербурге.

Монополия в торговле периодическими изданиями. Официальная печать проводит режим "столыпинского галстука". Поддержка официальной периодикой крупного капитала. Жесточайшие гонения на печать, усиление цензуры. Судебные литературные процессы над Короленко В. Г., Ковалевским М. М., произведениями Толстого Л. Н. Массовое закрытие газет и журналов. Возникновение нового вида издания - "Газеты - копейки". Особенности пропаганды кадетской печати в период столыпинской реакции. Положение партии конституционных демократов в Думе, их влияние на общественную жизнь России. Выход в свет книги "Вехи. Сборник статей о русской интеллигенции". Резонанс вокруг "Вех". Современные оценки сборника. Издание газеты "Социал-Демократ".

**Средства массовой информации России в период революционного подъема (1910-1914гг.)**

Реорганизация "Петербургского телеграфного агентства" (ИТА). Создание "Бюро печати" ("пресс-бюро"). Капитализация печати, захват банками крупных газет. Характеристика научного, литературного и политического журнала "Русская мысль" (1880 - 1918 гг.). Роль печати политических партий в общественной жизни. Задачи политических сил - увеличение издательской деятельности, расширение влияния на массы. Роль "Звезды" в подготовке "Правды". Обсуждение в прессе нового законопроекта о печати.

**Развитие журналистики в годы первой мировой войны и второй революции в России (1914 - февраль 1917г.)**

Возникновение новых изданий, посвященных войне. Создание "народной" газеты "Оборона", призыв к защите Отечества. Газета "Русская воля" - детище министра внутренних дел Протопопова А. Учреждение Бюро печати. Популярность "Армейского вестника", "Известий штаба XI армии", "Боевых новостей". Жесточайшая цензура департамента полиции.

**Развитие печати в 1917 году**

Отражение послереволюционной обстановки в прессе. Особенности печати - публикация резолюций собраний, митингов, коллективных писем, обилие политической информации. Орган партии кадетов, газета "Речь", о политических партиях, независимом государстве, сохранении свободы и завоеваний революции. Особенности газеты эсеров и меньшевиков "Известия". Ежедневная газета меньшевиков-интернационалистов "Новая жизнь". Публикации Горького А. М. под рубрикой "Несвоевременные мысли". Июньский и июльский кризисы, конец периода мирного развития революции. Новые задачи печати. Репрессии Временного правительства против большевистской прессы. Закрытие газет "Правда" и "Солдатская правда". Журналистика на фронте, работа типографий, книжных складов. Возобновление выхода Центрального органа партии большевиков под старым названием "Правда". Курс на создание советского государства, провозглашенный большевиками.

**Журналистика советского государства**

Образование трех групп прессы: большевистская, революционного направления; печать контрреволюционного содержания; пресса демократического направления. Первые документы Советского правительства о регулировании деятельности прессы: Декрет о печати, Декрет о революционном трибунале печати. Деятельность центрального органа Советского правительства - газеты "Известия". Тематика "Правды". Изменение типа, характера, задач, форм и методов работы печати в условиях диктатуры пролетариата. Центральные, губернские, уездные газеты, издания на национальных языках. Освещение в них первых мероприятий новой власти, нечеткость, разброд мнений, отраженных на газетной полосе. Преемственность и новые темы профсоюзной прессы. Газета "Труд". Отражение неоднозначного восприятия Октября в прессе антибольшевистской направленности. Печать партии социалистов-революционеров в России: газета "Дело народа", журнал "Партийные известия". Крупнейший эмигрантский журнал "Современные записки" (1920-1940гг.). Антисоветское издание - журнал В.Чернова "Революционная Россия" (1920-1931гг.). Влиятельная газета "Воля России" (Прага). А.Ф.Керенский - редактор-издатель газеты "Дни". Свержение Советской власти любыми средствами - главная тема партии конституционных демократов послеоктябрьского периода. Журнал "Вестник партии народной свободы". Газеты кадетов - "Русские ведомости", "Речь" ("Наш век"). Издания партии кадетов за границей. "Последние новости" (1920-1940гг.). Меньшевистская периодика. Газета "Единство" (1917-1918гг.). Газета "Новая жизнь" (1917-1918гг.). Издания меньшевиков за границей. Журнал "Социалистический вестник" (1921-1940гг.). Газета "Социал-демократ", журнал "Заря". Восприятие Октября в публицистике И.А.Бунина "Окаянные дни".

Мероприятия по улучшению печати. Деятельность Революционного трибунала печати. Новая тематика в печати: пропаганда советского патриотизма, политическое воспитание трудящихся, разоблачение врагов революции. Создание печати вооруженных сил. Выпуск периодических изданий в действующей армии, в тылу. Разработка и реализация программы радиостроительства. Создание Российского телеграфного агентства. Особенности публицистики Рейснер Л. М. Работа в военных отделах газет Серафимовича А. Деятельность в печати Маяковского В. В. Басни и стихотворные фельетоны Бедного Д. Фельетоны Булгакова М. А. Публицистика Брюсова В. Я. Эволюция взглядов Шагинян Ш. С. на развитие революции.

**СМИ в период перестройки общества (апрель 1985-1991гг.)**

Система средств массовой информации на этапе перестройки как единый информационно-пропагандистский комплекс. Курс на обновление страны и задачи журналистики. Партийное руководство средствами информации. Активизация работы социологических служб редакций - анализ читательской почты, выявление предпочтений радиослушателей и телезрителей, учет и прогнозирование общественного мнения, выработка рекомендаций для работы редакции. Развитие жанров: расцвет жанра политического портрета, трансформация жанра передовой статьи, видоизменение жанра очерка. Отражение в СМИ проблем перестройки. Проблемы совершенствования механизма хозяйствования и управления экономикой, ускорения научно-технического прогресса. Освещение социальных проблем. Проблемы демократии. Отмена 6-ой статьи Конституции СССР. Образование партий. Популярность исторической проблематики: возвращение имен, реабилитация. Комплексное освещение "белых пятен" истории, публикация архивных материалов. Тема наследия сталинизма. Историзм и объективность против стереотипов. Обсуждение в СМИ ранее "закрытых" тем (дедовщина, проституция, наркомания, льготы партработникам). Проблемы экологии. СМИ о демократизации, совершенствовании политической системы, развитии гласности, усилении борьбы с бюрократизмом. Особенности деятельности СМИ на этапе перестройки: гласность, плюрализм мнений, острота постановки проблем и конструктивная критика недостатков, показ жизни с ее достижениями и противоречиями. Публицистика в условиях перестройки. Анализ очерков Васильева И., Черниченко Ю., Стреляного А., Рубинова А., Лихачева Д. С. Отражение в СМИ изменений духовной атмосферы в стране, в отношениях государства и церкви. Новые формы работы СМИ: прямые линии "Комсомольской правды"; "Прямая речь" "Советской культуры"; возобновление "Дискуссионных листков" во всех типах печати; телемарафоны; организация изданиями совместных "круглых столов" по актуальным проблемам науки, производства, культуры; теле- и радиомосты; совместные рейды газеты "Сельская жизнь" и Всесоюзное радио; "Правдинские пятницы", публикация исторических материалов; субботние диалоги "Труда"; "Письма не для печати" в газете "Известия". Координация деятельности СМИ: совместные совещания и координация планов работы редакций районных, городских газет, районного и городского радио; обмен информацией между редакциями; объединенные выпуски, обменные полосы; совместное проведение пропагандистских акций; перепечатки наиболее интересных материалов; стажировки; выездные редакции. Популярные передачи Центрального телевидения "Прожектор перестройки", "Взгляд", цикл "ВИД", "До и после полуночи", "Поле чудес", "600 секунд" (Ленинградское ТВ): положительное и отрицательное. Освещение противоборства сил демократии и реакции. Противоречия в социально-политических и национальных отношениях. Роспуск ЦК КПСС. Распад СССР. Образование СНГ. Отражение в СМИ проблем развития республик, укрепления их суверенитета.

**Развитие журналистики нового периода**

**Журналистика России сегодня (1992-2002 гг.)**

Отражение в средствах информации внутренней политики: "шоковая терапия" в экономике (либерализация цен, приватизация торгово-промышленных предприятий). Анализ в СМИ причин падения производства. Финансовый кризис. Усиление социальной напряженности. Обострение борьбы между исполнительной и законодательной властью. СМИ и формирование президентской республики.

СМИ в зонах обострений национальных конфликтов: участие российских войск в "горячих точках" ближнего зарубежья: Молдавия, Грузия, Таджикистан. Освещение многолетней войны в Чечне.

Коммерциализация СМИ. Влияние рыночных отношений на формирование системы журналистики России. Образование новых радиостанций, каналов телевидения, выпуск новых программ, засилие шоу-программ. Многопартийность и журналистика. Реклама в СМИ: простота и образность; новые принципы финансирования журналистики.

**Коммуникационная политика в Азии**

Актуальность данного предмета определяется активной внешнеполитической деятельностью суверенного Казахстана, которая направлена на многостороннее сотрудничество с разными странами, на вхождение в единое азиатское и мировое информационное пространство.

Современные тенденции средств массовой коммуникации (СМК) Азии, все смелее поднимая свой голос, могут привести к изменениям, которые укрепят демократические преобразования в странах и утвердят принцип свободы информации в качестве одного из главных жизненных принципов мирового сообщества.

Азия - интересный и уникальный регион, место пересечения многих мировых путей, миграционных потоков, культурных влияний, коммуникационных магистралей. Азия непохожа в социально-экономическом, культурно-образовательном и религиозном отношении на другие континенты.

Министр коммуникаций Сингапура Мах Боу Тан, выступая на форуме "Телеком-97" в Джакарте (Индонезия), призвал страны Азии к участию в выработке определенной политике и регулированию основ инфраструктур для глобального информационного общества. На этом форуме началось региональное обсуждение путей выхода Азии к глобально-информационному обществу.

Азиатские страны разрабатывают общие направления информационной политики в регионе. Существенно меняется и характер государственного регулирования в этой сфере. Главное тенденцией является постепенный переход от сравнительно жесткого централизованного управления и контроля над СМИ - к либерализации и реорганизации коммуникационного сектора.

Открытие рынков в "новой Азии" стимулирует создания совместных предприятий, открывает новые возможности для деятельности поставщиков программ, кабельных операторов. Бум потребительского спроса "на руку" новым спутниковым, кабельным и платным каналам, нацеливающимся на состоятельные слои населения. Растет собственная теле-кинопроизводство, расширяется международное партнерство продюсеров.

Коммуникационная политика ряда азиатских государств, в которых экономика западного типа обеспечивающая высокий жизненный уровень сочетается со стремлением сократить западное влияние на традиционные национальные ценности, приспособить азиатскую культуру к западной технологии. Одна из главных задач азиатских СМИ - это пропаганда единства наций, в поддержании мира и гармонии, предотвращение расовых столкновений. Эти меры предпринимаются с целью развивать положительный образ информационной индустрии.

Процесс деколонизации (1945-1965 гг.) в Азии, обретение политической независимости, затронул фактические весь Восток. В 70-е годы многие азиатские страны начали активно выступать за изменение существующего положения на международном информационном рынке. Главным шагом в этом направлении стало создание в 1975 году Пула агентств новостей неприсоединившихся стран. Главная цель Пула состояла в обеспечении объективности информации о социальном, экономическом, политическом и культурном развитии этих стран. С 1976 года доминирующее значение получила концепция "нового международного информационного порядка" (НМИП), сформулированная на пятой конференции глав государств и правительств неприсоединившихся стран в Коломбо. В настоящее время вопросы "нового информационного порядка", которые ставились развивающимися странами и всемирной организацией ЮНЕСКО в 70-80-е годы, остаются актуальными. На первый план выдвигаются проблемы влияния глобального информационного процесса на национальные средства массовой коммуникации.

Азия, наибольшая по территории и населению континент, с 1960-х годов стала развиваться быстрее, чем другие регионы мира. Причем страны Восточной и Юго-Восточной Азии превосходили и динамике роста другую часть континента. Особенно впечатляющих результатов добились 10 стран: Япония, Южная Корея, Сингапур, Гонконг, Китай, Малайзия, Тайвань, Таиланд, Индонезия, Филиппины, хотя и здесь были свои различии, вариации и степени успеха. Даже, несмотря на финансовый кризис 1997-1998 гг., обрушившийся на страны ЮВА и замедливший на время стремительность развития экономике ряда азиатских государств, специалисты утверждают, что в XXI веке новые индустриальные страны Азии продолжат динамичный путь к процветанию и превратятся в центр экономического, научно-технического и социального прогресса.

Страны, еще недавно находившиеся на периферии современной цивилизации, совершили скачок в сжатые исторические сроки. Для этого им понабилось 25-30 лет, почти вчетверо меньше времени, чем Японии и в 8 раз меньше, чем США.

Новые информационные технологии оказались тем решающим фактором, который создал условия для развития региональной экономике, открыл новые горизонты в сфере массовой коммуникации. "Коммуникационный бум" породил новые виды вещания: цифрового, интерактивного, кабельного, спутникового телевидения, непосредственно телевизионного вещания (НТВ). Как отмечал профессор М. К. Барманкулов в книге "Возможности космического ТВ" (Алматы 1993 г.): "Спутниковое ТВ, перейдя границы может дать плюрализм, множественность взглядом в тоталитарных государствах, принести вообще новую информацию. Но ТВ из космоса может нести и опасность слаборазвитым странам: отодвинуть на второй план их культуру, язык, религию, моральные принципы. Неся плюрализм, космическое ТВ одновременно моет способствовать его уничтожению. Срабатывают отрицательные черты монопольности глобальных программ. Выход - не давать сверхмонополиям телеиндустрии господствовать в эфире в одиночку, и второе - бросить все силы на развитие собственного ТВ.

В настоящее время наблюдается улучшение национального вещания во многих странах, что способствует сохранению национального, культурно-информационного менталитета.

Возможности использования спутников для удовлетворения коммуникационных нужд целого региона первой продемонстрировала, созданная Индонезией в средине 70-х годов "Палапа" (по названию местного тропического фрукта). Спутниковая система "Палапа" посредством 40 наземных станций объединят 27 провинций страны. Она охватывает телерадиопрограммами архипелаг из 5 тысяч островов, выполняя таким образом функции укрепления национального единства и усиление центральной власти. Космическая техника помогла Индонезии, Малайзии и Филиппинам наладить ретрансляцию собственных телеканалов, организовать взаимный обмен информационными видеосюжетами и передачами. Теперь услугами "Палапы" пользуются также Таиланд, Австралия, Макао, Папуа новая Гвинея и некоторые американские компании.

Деятельность государственных ТВ Индии "Дурдаршан" (что в переводе с хинди означает "дальновидение") направлена на открытие н6овых спутниковых каналов: новостного, спортивного и развлекательного в добавлении к Star TV. Подобно большинству стран Азии, правительство Индии использует СМК для интеграции нации в целях культурно-просветительских и освещение экономических реформ, которые активно стали проводится с начала 90-х годов прошлого XX столетия. Спутниковая служба Star TV (1991 г.) была первой воспользовавшейся быстро расширяющейся телеинфраструктурой и ростом потребительского спроса. Пять каналов службы подстегнули развитие интереса к спутниковому ТВ в Азии и привлекли внимание к западным передачам. Star TV охватывает 50 стран с аудиторией: 11,3 млн. домовладельцев в 1993 г., 42 млн. в 1994 г., 54 млн. в 1995. Потенциальная аудитория Star TV 2,7 млрд. человек от Китая до Египта. Телеслужба Star TV в Гонконге благодаря спутнику "Эйшасат 1" сумело в короткое время увеличить число своих абонентов, разработав гибкую, профессионально-развлекательную концепцию, ориентированную на интересы коренного азиатского населения.

В настоящее время над Азией действуют 44 телекоммуникационных спутника. Ими польются телекомпании различного профиля. В космическое пространство региона планируется запустить 14 из 20 новых спутников в ближайшие 3 года. В борьбе за азиатский рынок все уверенней заявляет о себе Китай, цель которого запустить 30 спутников для других стран в следующие 15 лет. Индия разрабатывает свою космическую программу. В Японии разработан грандиозный проект создания общей национальной системы волоконно-оптической связи, благодаря которой зрители смогут заказывать любой видеоматериал по своему желанию. Фирма Sony разработала метод цифровой передачи, который делает аппаратуру для спутникового приема новостей легче, дешевле и мобильнее. Новая технология позволяет осуществлять дистанционное управление студийным оборудованием в разных городах, являясь неотъемлемой частью волоконно-оптических сетей.

Подводя итоги развития спутникового ТВ в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР), можно сказать, что наиболее дальновидные предприниматели наращивают техническую и программную базу существующих и будущих спутниковых каналов, политики же пытаются вписать концепцию "открытого космоса" в местные законы. Выбор путей развития азиатского кабельного, спутникового ТВ в большей степени определяют политические, социально-экономические и культурные факторы. Местные и зарубежные предприниматели убедились в том, что в многонациональных странах с большим культурным и языковым разнообразием общеазиатское вещание не имеет шансов на успех. Эффективным является вещание на конкретную страну с учетом ее специфики. Революционные сдвиги в области информации, спутникового ТВ и коммуникационных технологий являются колоссальным ускорителем перемен. Их последствия будут глубоко влиять на все сферы жизнедеятельности и общения в Азии.

В коммуникационной области политика ряда азиатских стран направлена на сохранение плюрализма общественной сферы и национального суверенитета, поддержке местной культуры. Новые индустриальные государства, стремясь расширить доступ к основным коммуникациям, реорганизовывают телекоммуникационный сектор, разрабатывают новые стратегические подходы к переходу к информационному обществу в XXI веке.

**Журналистика Европы и Сша**

УОЛЛ СТРИТ ДЖОРНАЛ

Уолл Стрит Джорнал крупнейшая общенациональная газета начала свою карьеру скромно. Чарльз Доу и Эдвард Джонс принялись за дело в 1882, обхаживая ньюйоркский деловой район в поисках новостей и затем переписывали их от руки и отправляли с ними курьеров своим клиентам. По мере роста числа заинтересованных в информации инвесторов издание переросло в новостной листок, и наконец в 1889 году была основана газета.

USA TODAY

Меньше чем за десять лет газета основанная в 1984 году достигла тиража в 1,6 милл. экземпляров, уступая только Уолл Стрит Джурнал, и у ее владельцев хорошие виды на будущее.

КРИСТИАН САЙНС МОНИТОР

Бостонские ежедневники, как и газеты в других городах США были сенсационалистскими, сосредоточенными на рассказах о преступлениях и находились в постоянной борьбе за аудиторию. Вступая в эту борьбу, Мэри Бейкер Эдди представила газету с другой миссией. Ее Кристиан Сайнс Монитор, основанный в 1908 году был посвящен вопросам и проблемам более высокого плана и предназначался для разрешения мировых проблем.

ГАЗЕТЫ МЕТРОПОЛИЙ

Нью-Йорк Таймс. С момента своего основания в 1851 году Нью-Йорк Таймс имеет репутацию за тщательное и достоверное освещение зарубежных новостей.

Лос-Анджелес Таймс. Лос-Анджелес Таймс в 1990 году обошли угасающую Нью-Йорк Дэйли Ньюс став крупнейшей в стране газете метрополии с тиражом в 1,3 миллиона экземпляров.

Вашингтон Пост. Вашингтон Пост завоевали имя в журналистских расследованиях, приняв участие в разоблачении Вотергейтского скандала в 1972 году, что привело к отставке президента Никсона.

ПРОВИНЦИАЛЬНЫЕ ГАЗЕТЫ

С тщательными расследованиями на региональные и национальные темы газеты метрополий привлекают большее внимание чем небольшие газеты, но большинство американцев читают и газеты малых городов. Более или менее, эти регионально ориентированные газеты были достаточно доходны в период прогресса журналистики по окончанию второй мировой войны.

50 лет назад люди из провинции покупали как местные газеты так и газеты метрополий. Газеты провинции были тонкими малопознавательными. Колонки редакторов как правило освещало лишь одно мнение. Читатели почти не имели альтернативных источников информации. С тех пор, провинциальным газетам удалось нанять более профессиональных журналистов, развить новые технологии и усилить местную рекламную базу.

АМЕРИКАНСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ

98% американских семей имеют по крайней мере один телевизор. Он включен в среднем по 7 часов в сутки. Телевидение имело огромное влияние на американское общество. Это привело к тому, что американцы ранее посещавшие церковь, общественные собрания и небольшие кафе, ныне большую часть времени проводят у телевизора.

ТЕХНОЛОГИЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

В 20-х годах молодой фермер из Идахо Фило Фарнсворт выдвинул идею показа движущихся фигур при помощи вакуумной трубки и далее передавать их на экран. Фарнсворт нашел спонсоров, чтобы создать лабораторию и в 1927 году состоялась передача первого движущегося изображения. В 21 год Фило Фарнсворт изобрел телевидение.

СТРУКТУРА АМЕРИКАНСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Американская телевизионная система построена как на национальном так и региональном уровнях. В то же время сети придали системе национальный характер. Конгресс и ФКК были в целом удовлетворены американской радио-системой, как она сложилась в 30-х годах. ФКК приглашали людей заинтересованных в создании станций приобрести для этого лицензию. Эти станции, передовавшие волны, как и радио-станции стали сердцевиной расположенной в районах национальной системы телевидения.

NBC - федеральное правительство лицензировало первую телестанцию в 1941 году. С началом же Второй Мировой Войны работы в этом направлении были приостановлены. После войны, в 1947 году сеть Эн-Би-Си начала вещание.

CBS - начали вещание в 1947 году. К 1953 году Си-Би-Эс обошли по колличеству аудитории Эн-Би-Си. Основным фактором этого было создание популярных сериалов и мыльных опер.

ABC- телевизионная сеть Эй-Би-Си была основана в 1948 году. Но дела шли не очень хорошо, пока в 1953 году не произошло соединение Эй-Би-Си с United Paramount Theatre принадлежавшей компании Уолта Диснея.

**Журналистика Европы**

Пресса Великобритании.

В Великобритании издается 135 ежедневных и 17 воскресных газет, 1325 еженедельников, 5128 журналов и около 1200 справочников и других периодических изданий. Пресса Великобритании принадлежит пяти крупнейшим газетным корпорациям: Associated newspapers ltd., Biverbook newspapers Ltd., International publishing corporation, Thompson organization Ltd., News of World organization Ltd.

**Крупнейшие газеты Великобритании**

Times - наиболее влиятельная и авторитетная английская газета. Впервые вышла в 1785 г. Тираж более 500000 экз. Спец.издание предназначается членам королевской семьи.

Daily Mail - ежедневная утренняя газета консервативного уклона. Выходит в Лондоне с 1896. Объем около 10 полос, тираж свыше 2 милл. экз.

Daily mirror - ежедневная утренняя газета. Придерживается внепартийной точки зрения. Выходит в Лондоне с 1903. Тираж свыше 5 милл. экземпляров.

ПРЕССА ГЕРМАНИИ

В ФРГ выходит более 5000 различных изданий, из них 1200 газет.

Крупнейшие газеты и журналы Германии принадлежат 10-12 концернам, среди них крупнейшим является концерн Шпрингера. В него входит более десяти издательств. Наиболее распространенные газеты: Bilt Zeitung, Die Welt, Berliner Morgenpost. Крупнейший журнал - Der Spiegel.

ПРЕССА ФРАНЦИИ

В стране выходит более 10 тыс. различных изданий. Из них более 100 ежедневных газет, общим тиражом 12 милл. экземпляров. Крупнейшие газеты: "Юманитэ", "Фигаро", "Франс суар", "Ле Монд".

**Журналистика Африки**

Завоевание политической независимости африканскими колониями относят к началу второй половины ХХ века, и не случайно 1960 год называют годом Африки. Появление печатных периодических издании на континенте относятся к 1798-1801 г.г. Именно в эти годы проходил египетский поход Наполеона, после чего в Тунисе и Египте были созданы типографии. Первые африканские газеты (1801г.) "Рояал газетт энд Сьерра-Леоне адвертайзер" и "Кейптаун газетт" (1800г.). Пресса распространяется в тех регионах Африки, которые 19 веке стали объектами колониальной экспансии Великобритании, Франции, Португалии. Появляется миссионерская печать "Ине Ирохин", "Нигерия" 1860-1867 г.г. Создается крупная монополия в области газетно-журнального дела "Африкин стандарт". С возникновением антиколониальных организации и партии усиливается вклад газет в просвещении африканцев.

1960 годы укрепляются позиции печати на национальных языках, появляются национальные информационные агентства, создается Ассоциация африканских журналистов, а в 1965 году Федерация арабских информационных агентств - Фана, объединившая информационные агентства 14 арабских стран. Позднее с мая 1983 года начала действовать ПАНА - Всеафриканское информационное агентство, куда вошли информационные агентства из службы 40 африканских стран. ПАНА выступает против тенденциозного освещения африканских проблем иностранными СМИ.

В 1970-е годы на первый план среди СМИ выдвигается радио, которое информирует и просвещает африканцев. В это же время на телевидении создаются образовательные программы. Африканские страны с целью концентрации национальных и региональных усилий в сфере информации стремятся создать Панафриканскую систему телевидения (ПАНАФТЕЛЬ), Объединение национальных радиовещательных и телевизионных компаний, Международный союз африканских журналистов (МСАЖ).

В 1980-е годы печать развивается неравномерно. Нехватка квалифицированных кадров, высокий процент неграмотности среди населения, отсутствие современных технических средств, рост цен на газетную бумагу, типографское оборудование приводят к тому, что у одних странах вместо ежедневных газет издаются информационные бюллетени, в других многие газеты закрываются в третьих странах пресса более развита, но не пользуется спросом. В арабских странах Африки наиболее развитую прессу имеют Алжир (более 150 периодических изданий, в том числе 4 ежедневные газеты), Тунис (200 газет и журналов), Марокко (около 100 изданий) и Египет (300 изданий). Ведущее место в Египетской журналистике занимают проправительственные газеты "Аль-Ахрам", "Аль-Ахбар", "Аль-Гумхурия", "Аль-Ахали".

В 90-х годах на Африканском континенте произошло важное событие - крушение апартеида в Южно-Африканской республике. С 1980 г. здесь действовала облеченная карательными функциями Комиссия по расследованию деятельности СМИ, существовала серия ограничительных законов, указов и постановлений в области печати.

С приходом власти в 1994 году нового смешанного в расовом отношении правительства началось превращение ЮАР в открытое демократическое общество. Отныне Конституцией страны гражданам предоставлено право на свободу высказываний.

Телевидение и радио влияет на жизнь африканцев гораздо значительнее чем пресса. Арабское космическое телевидение пережило в 1990-е годы период стремительного подъема. Пережив быстрый количественный рост, оно находится в поисках программной политики, форм и методов работы, адекватных потребностям современного арабского общества. Его развитие противоречиво и требует дальнейшего осмысления: в нем причудливо сочетаются попытки противодействия тотальной глобализации, осуществляемой гигантскими медиа-конгломератами Запада, со стремлением освоить наиболее передовой мировой опыт технологии спутникового телевидения, практики трансграничной вещательной деятельности. Тем не менее это развитие привело к реальному формированию единого для всего арабского мира коммуникационного пространства, способствующего значительной активизации межарабских информационных и культурных обменов, укреплению духовного единения арабов - в какой бы части мира они ни проживали.

Опыт развития арабского спутникового ТВ может быть интересен для республик СНГ, находящихся на стадии поиска форм и методов информационного взаимодействия, как пример успешных коллективных усилий различных государств с общим историко-культурным наследием по формированию единого коммуникационного пространства, обеспечивающего восстановление и развитие культурных связей и обменов информацией в арабском мире в постколониальный период.

**Журналистика Латинской Америки**

Широко развита периодическая печать в Аргентине, где выходят свыше 250 ежедневных газет и около 700 журналов различной политической направленности. Лидерами по тиражам являются общенациональные газеты "Кларин" (Clarin - "Горнист", 1945 г., 500 тыс.) и "Насьон" (La Nacion - "Нация", 1870 г., 275 тыс.). Сильны позиции и у провинциальной прессы. Хотя в стране шесть местных информационных агентств, используется прежде всего информация мировых агентств АП, Рейтер, ЮПИ, ИТАР-ТАСС.

Пятьсот газет и двести журналов, разнообразных по политической направленности, издаются в Мексике: газеты "Уно мае уно" ("Один плюс один", 1977), "Аси эс" (Asi Es - "Так и есть", 1982)); журналы "Просесо" ("Процесс", 1976), "Сьемпре!" (j Siempre - "Всегда!", 1953) и т.д. Лидирует по тиражу ежедневная спортивная газета "Эсто" (Esto - "Это", 1941 г., 450 тыс.). В Мексике стремятся дать газетам и журналам необычные названия: "Решение", "Удар в цель", "Беспристрастная", "Боец", "Связи", "Незнакомая Мексика", "Поэтому", "Лучший из журналов", "Всегда!", "Это".

В Бразилии 90 процентов всей газетно-журнальной продукции сосредоточено в руках шести объединений. Ведущие газеты - "Глобу" (О Globo - "Земной шар", 1925 г., 200 тыс.); "Жорнал ду Бразил" ("Газета Бразилии", 1891 г., 170 тыс.); "Эстадуди Сан-Паулу" (Estado de Sao Paulo - "Штат Сан-Паулу", 1875 г., 250 тыс.); "фолья ди Сан-Паулу" (Folha de Sao Paulo - "Листок Сан-Паулу", 1921 г., 340 тыс.) отражают интересы крупных промышленников, клерикалов, правых кругов. Правительственное информационное агентство Бразилии создано в 1979 г. Штат - 700 сотрудников.