Тема 2. Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

к. полит. н., доцент Пустовойт Ю.А.

История журналистики

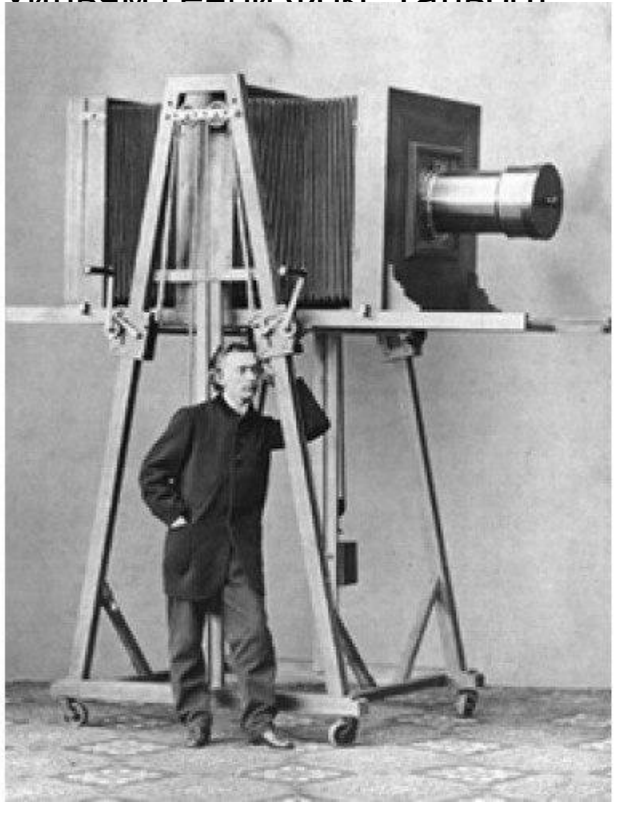
- Практически все изобретения и открытия XIX века, которые привели к изменениям в журналистике, можно условно разделить на две категории: ***технические*** (***технологические***) и ***социально-политические***. Технические и технологические изобретения разделяются, в свою очередь, на ***средства передачи информации***, средства ***связи и*** средства ***фиксации информации***

Дата	Создатель	Технология
1800 г.	Генри Модсли	Металлорежущий станок (позволял стандартизирвать размеры резьбы)
1856 г.	Генри Бессемер	Конвертер для передела жидкого чугуна в сталь продувкой воздухом без расхода горючего (стал основой бессемеровского процесса)
1864 г.	Эмиль Пьер Мартен	Предложил новый способ получения литой стали в регенеративных пламенных печах (Мартеновский способ).
1824 г.	Стефенсон Джордж	Железная дорога
1879 г.	Вернен фон Сименс	Первая электрическая железная дорога
1803 г.	Роберт Фултон	Демонстрация первого парохода
1789 г.	Оливер Эванс	Первый патент на автомобиль (первая машина-амфибия)
1885 г.	Карл Бенц	Создатель автомобиля "Моторваген"
1883 г.	Готлиб Даймлер	Прообраз современного автомобиля
1856 г.	Фердинанд Лессепс	Строительство канала
1850 г.		Телеграфный кабель через океан
1819-1826 г.г.	Томас Телфорд	"Висячий мост" (железнодорожный)
1900 г.	Фердинанд фон Цеппелин	В воздух был удачно отправлен первый летательный аппарат
1875 г.	Павел Яблочков	"Свеча Яблочкова"
1880 г.	Томас Эдисон	"Лампочка Эдисона"
1884 г.	Сэмюэл Морзе	Телеграф ("Аппарат Морзе") и азбука Морзе
1896 г.	А.С. Попов; Маркони	Радио

Возникновение и эволюция массовой информации

- Фотография как фиксация изображения реального

появилась где-то в интервале с 1820 по 1830-е годы. Там немало людей, которые пытались решить эту проблему как зафиксировать свет и изображение с помощью каких-то приборов. Обычно в истории этого вопроса, в истории журналистики выделяют три имени: Жозеф Нисефор Ньепс, француз. Другой француз – Луи Жак Манде Дагер, а также англичанин Уильям Генри Фокс Тальбот.



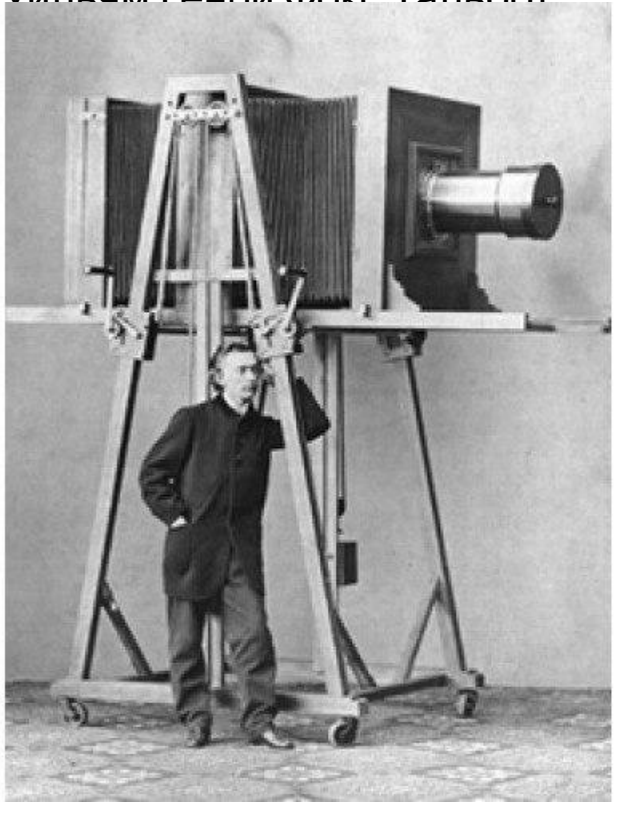
Возникновение и эволюция массовой информации

- В России первым русским фотографом считается Алексей Фёдорович Греков

Возникновение и эволюция массовой информации

- Фотография как фиксация изображения реального

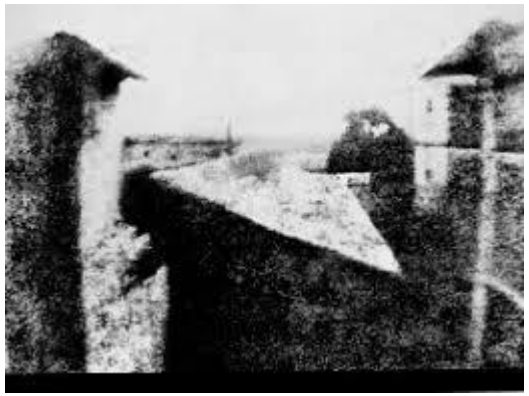
появилась где-то в интервале с 1820 по 1830-е годы. Там немало людей, которые пытались решить эту проблему как зафиксировать свет и изображение с помощью каких-то приборов. Обычно в истории этого вопроса, в истории журналистики выделяют три имени: Жозеф Нисефор Ньепс, француз. Другой француз – Луи Жак Манде Дагер, а также англичанин Уильям Генри Фокс Тальбот.



Возникновение и эволюция массовой информации

- В России первым русским фотографом считается Алексей Фёдорович Греков

Возникновение и эволюция массовой информации



Несефор Ньепс (1765–1833) – фото изобретение фото

Первое дошедшее до нас - 1826 г.

Луи-Манде Дагерр, компаньон Ньепса,

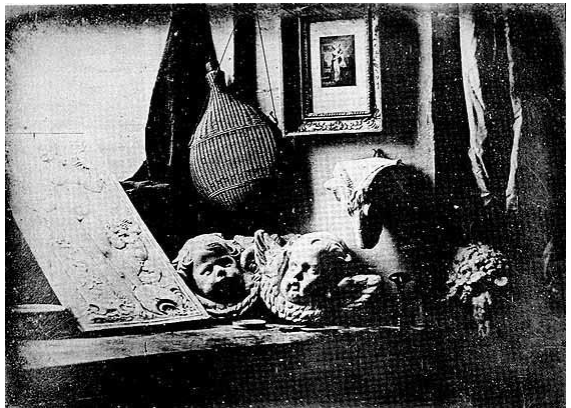
усовершенствовал изобретение своего компаньона,

назвав его дагерротипом.

Парламент Франции выкупает права у Даггера.

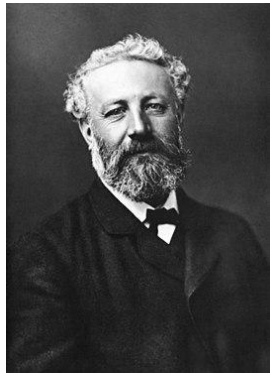
Молодой американский предприниматель Джордж Истман (1854–1932) в 1880-х годах запускает производство гибкой пленки, завернутой в рулоны.

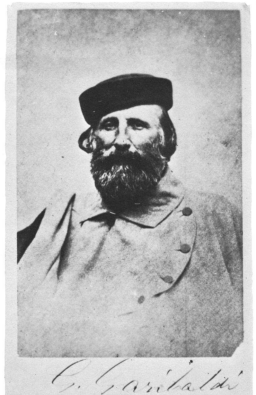
Истман предложил помимо пленки продавать услугу по ее проявке и печати негативов под маркой Kodak, пленка монопольно завоевала рынок как вид носителя для негативов, а фотография из преимущественно профессиональной стала и любительской.



Возникновение и эволюция массовой информации

- Знаменитому французскому фотографу Надару, удалось с помощью фотографии не просто достоверно передать портретные черты, но показать характеры своих героев «Фотография — замечательное открытие… Теория может быть изучена за час, основы техники за день… Но чему нельзя научить — это чувству света. То, как свет падает на лицо, вы должны уловить сами. Чтобы получить сходство, а не банальный портрет, вы должны вступить в союз с позирующим, почувствовать его мысли и сам его характер»





История журналистики

Возникновение и эволюция массовой информации

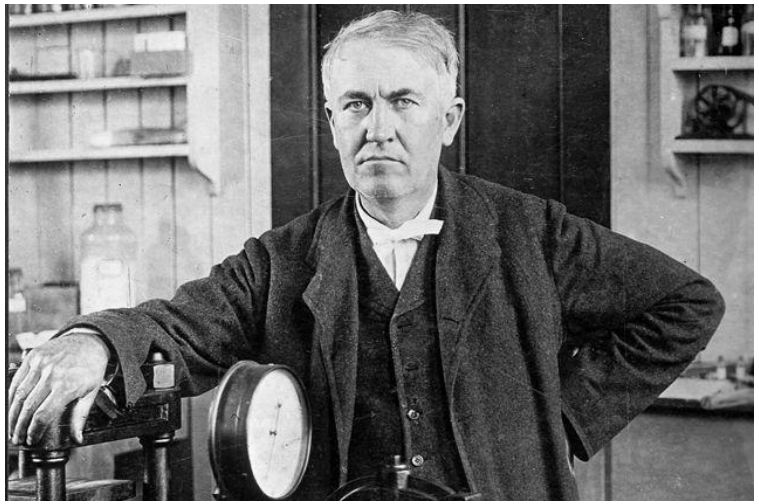
- Успешные демонстрации аппарата состоялись в том же году в США и в Европе и привлекли внимание широкой публики. Около экспонатов наблюдалось, как писали газеты, «вавилонское столпотворение». Тысячи посетителей часами стояли в очереди, чтобы прослушать запись. Остроумно высказался Бисмарк: «Фонограф – опасная вещь для дипломатов, но он станет чрезвычайно хорошим, если дипломаты начнут говорить правду».
  Когда в 1879 году фонограф впервые публично демонстрировался в России, хозяин «говорящей механической бестии» был привлечен к суду и приговорен к трем месяцам тюрьмы и большому денежному штрафу за «мошенничество».

Возникновение и эволюция массовой информации

- Залогом массовости устройств становится не технология, на которую опираются сами эти устройства, а технология производства сопутствующих товаров или услуг. Для фотографии – производство пленки и массовая услуга ее проявки; для граммофона – производство пластинок и их массовое распространение.
- Появление первых частных приборов коммуникации в домашнем пространстве (фонограф, граммофон, фотоаппарат, телефон) совпадает с периодом трансформации семьи, ее места жительства и той значимости, которую отныне в городском пространстве приобретает домашний досуг, или «досуг у очага». Сейчас – телевизор.
- В 1920 году 50 % американских домохозяйств имели фонограф или грамофон, 37 % телефон, 33 % автомобиль. (Флиши 2004)

Возникновение и эволюция массовой информации

- Кино появляется одновременно во Франции, в лаборатории братьев Люмьер, и в США, в лабораториях Томаса Эдисона. Это произошло в 1895 г

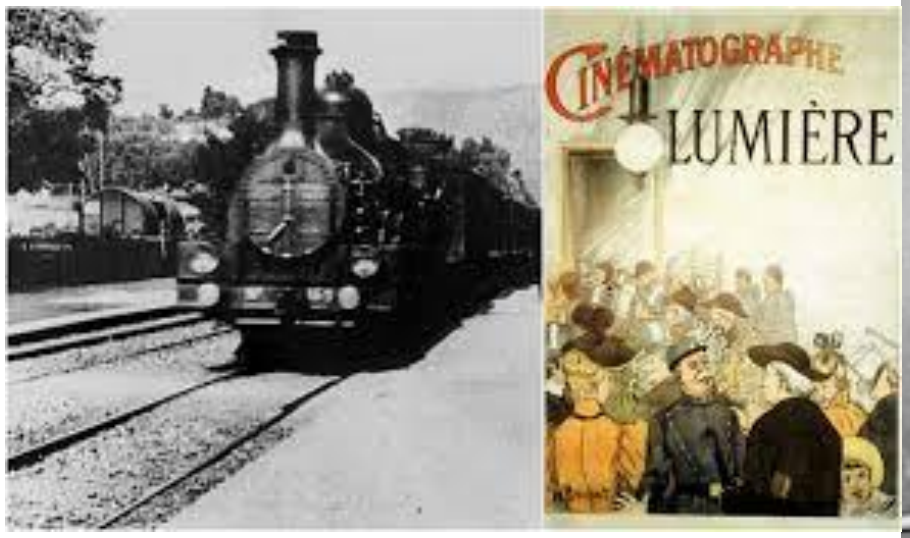


Возникновение и эволюция массовой информации

- Братья Люмьер, сыновья одного из самых известных фотографов Лиона и крупные производители фотопленки во Франции, изобрели аппарат, в котором с часовой точностью скоординировали работу диафрагмы и объектива. Один и тот же аппарат мог, таким образом, демонстрировать кино и снимать. Изобретение было представлено в Академии наук в Париже, а затем и публике в «Гранд-кафе» на бульваре Капуцинок в 1895 г.

История кино. Кинематограф: его место в экономике, культуре и системе массовых коммуникаций

Люмьеры преимущественно предполагали, что снимают целую череду различных сюжетов из жизни. «Прибытие поезда на вокзал Ла-Сьота» (фр. «LArrivée d'un train en gare de la Ciotat»), «Выход рабочих с фабрики «Люмьер» в Лионе»



Кинофильм для Эдисона – это не отрывок реальности, как у Люмьеров, а некое отдельное действо, специальным образом сыгранное и спродюсированное.(Сцена с кузнецами)

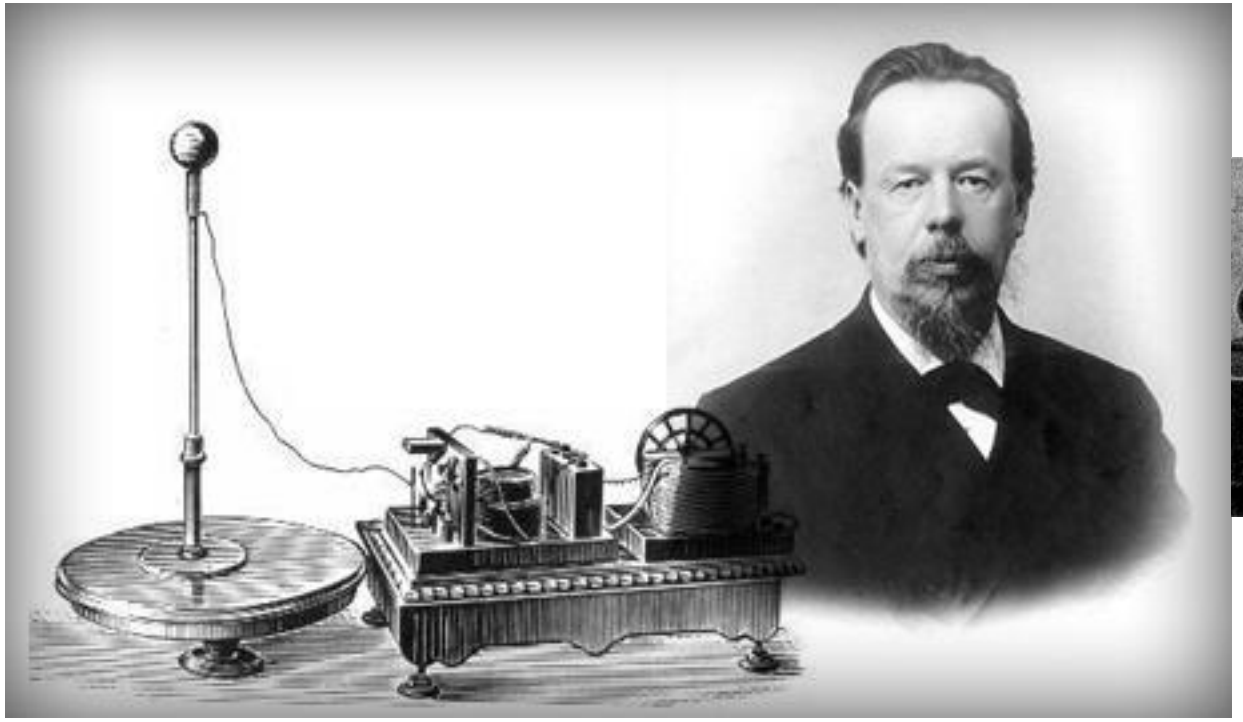
Возникновение и эволюция массовой информации

Люмьеры преимущественно предполагали, что снимают целую череду различных сюжетов из жизни. «Прибытие поезда на вокзал Ла-Сьота» (фр. «LArrivée d'un train en gare de la Ciotat»), «Выход рабочих с фабрики «Люмьер» в Лионе»

Кинофильм для Эдисона – это не отрывок реальности, как у Люмьеров, а некое отдельное действо, специальным образом сыгранное и спродюсированное.(Сцена с кузнецами)

Возникновение и эволюция массовой информации

- В Санкт-Петербурге российский изобретатель Александр Степанович Попов демонстрирует первый в мире радиопреемник. В западных странах изобретение радио приписывается другим исследователям, эта дискуссия бесконечная и, в общем, чем она закончится непонятно. Но факт такой, Нобелевская премия с формулировкой "в знак признания вклада в развитие беспроволочной телеграфии" была присуждена в 1909 году Карлу Брауну (Германия) и Гульельмо Маркони из Италии, но к этому моменту Александр Степанович Попов уже умер, а по
- регламенту Нобелевского комитета присуждались премии только здравствующим исследователям



Возникновение и эволюция массовой информации

- Первая радиостанция появилась уже, конечно, много позже, примерно 25 лет спустя. В Америке считается что регулярно действующая радиостанция появилась в октябре 1920 года в Питсбурге (это штат Пенсильвания) во время предвыборной кампании по выборам президента США, Называлась эта радиостанция KDKA
- Регулярное радиовещание увидело свет во всех странах примерно в одно и то же время – в начале 1920-х годов. Оно во многом было обусловлено тем, что крупные радиоэлектронные компании, производившие во время Первой мировой войны радиоприемники и передатчики для нужд армии, хотели выйти на гражданский рынок. Таким образом, в 1923 г. в США насчитывалось уже 600 станций, причем 40 % из них принадлежали компаниям – производителям электроники. Создается специальная компания – Radio Corporation of America (RCA), – которая должна была развести диапазоны частот, используемых для гражданских и военных целей. См. подробнее: [Douglas, 1986].
-

От голубиной почты к радиовещательным станциям

Возникновение и эволюция массовой информации

- **Сетевой принцип вещания предполагает партнерские отношения, на основе которых станция от сети получает определенный качественный контент в определенное время**, а взамен отдает часть доходов от рекламы во временном сегменте трансляции контента. Часть радиостанций, входящих в сети, может находиться в собственности сети, часть станций являются аффилированными: юридически они не принадлежат сети и связаны с ней партнерскими отношениями. Количество станций, находящихся в собственности и управлении сети *(owned-and-operated,* или *o-&-o),* в США начиная с середины XX в. ограничивалось антимонопольным законодательством, что вынуждало сети договариваться с региональными станциями, независимыми от них.
- Для развития рекламного рынка требовалось четко понимать объем аудитории, которую собирает та или иная радиопрограмма. Для этого Артур Нильсен, инженер из штата Висконсин, создает аудиметр – прибор, подключавшийся к радиоприемнику и регистрировавший частоту и время прослушивания радиопрограммы. В 1930-е годы, таким образом, появляются первые маркетинговые исследования и метод фокус-групп

Возникновение и эволюция массовой информации

- *Войны ведутся не из-за территорий, а из-за слов. Но самое смертельное оружие человека – язык. Человека гипнотизируют лозунги и символы, он перед ними беззащитен, как перед инфекционной болезнью. В случае эпидемии берет верх групповое сознание.*
- **Артур Кестлер**
-
- *Ухо принимает, принимает и верит.*
- **Арчибальд Маклиш**
- Из всех коммуникационных технологий, обсуждаемых в этой книге, радио и телевидение – самые иерархические. Ни одно из предыдущих медийных средств не могло дойти одновременно до стольких людей, имея при этом столь незначительную обратную связь. Почти монопольный контроль этих медиа над социумом беспокоит и население, и законодателей. В 1934 году, во время американских парламентских дебатов, посвященных учреждению Федеральной комиссии по связи, член палаты представителей Луис Макфадден выступил против «радиотреста»; его слова до сих пор звучат свежо: «Сильная влиятельная рука высушивает независимые радиостанции США, и все эти действия приводят к централизации контроля».

Возникновение и эволюция массовой информации

- Подобно Мартину Лютеру, интуитивно уловившему потенциал печатного станка, недооцененный церковниками, Франклин Рузвельт, в отличие от большинства своих идеологических противников, понимал силу убеждения радио. Намного раньше любого другого американского политика он осознал правоту вынесенных в эпиграф этой главы слов Арчибальда Маклиша о способности уха верить.
- **Перед выборами 1932 года Рузвельт столкнулся с коммуникационной проблемой: его идеологические противники контролировали практически все газеты страны. Херст, номинально считавшийся демократом, оппонировал буквально всем политическим шагам Рузвельта; еще более серьезную угрозу «новому курсу» представлял крайне консервативный издатель «Чикаго трибьюн» Роберт Маккормик.** Радио не просто обеспечивало Рузвельту выход на широкую аудиторию; в тот невинный век президент США мог привлечь аудиторию Джеком Бенни, Хоупом, боксерским поединком между Луисом и Шмелингом или бейсбольным матчем «Нью Йорк янкиз»

Возникновение и эволюция массовой информации

- В 1920-х годах, после пивного путча, нацисты представляли собой весьма разношерстную компанию, и Геббельс старался любыми средствами привлечь внимание к партии – чаще всего затевал публичные перебранки с коммунистами и социалистами. В Берлине Геббельс стал известен как оратор и научился увлекать толпу, которую так презирал.
- Постепенно он усвоил, что голос убеждает лучше пера. Анализируя, в чем ошибался ранее, Геббельс изучил историю великих мастеров убеждения – Христа, Будды, Заратустры, Робеспьера, Дантона, Муссолини и, конечно же, Ленина:
- *Был Муссолини бумагомарателем или великим оратором? Что сделал Ленин, приехав в Петроград из Цюриха, – отправился с вокзала учиться и писать книгу или обратился с речью к многотысячной толпе?*
- Что лучше радио обеспечит контакт с тысячами или даже миллионами людей? Еще до того, как нацисты в январе 1933 года захватили власть, правительство Веймарской республики передало все радиостанции страны под контроль полупубличных национальных и региональных комитетов. В марте того же года Гитлер назначил Геббельса главой нового министерства пропаганды. Через пять месяцев новый министр объявил: «Тем, чем была пресса в девятнадцатом веке, радиовещание станет в веке двадцатом».

Bundesarchiv, Bild 183-H10250
Foto: o.Ang. | 5. August 1938

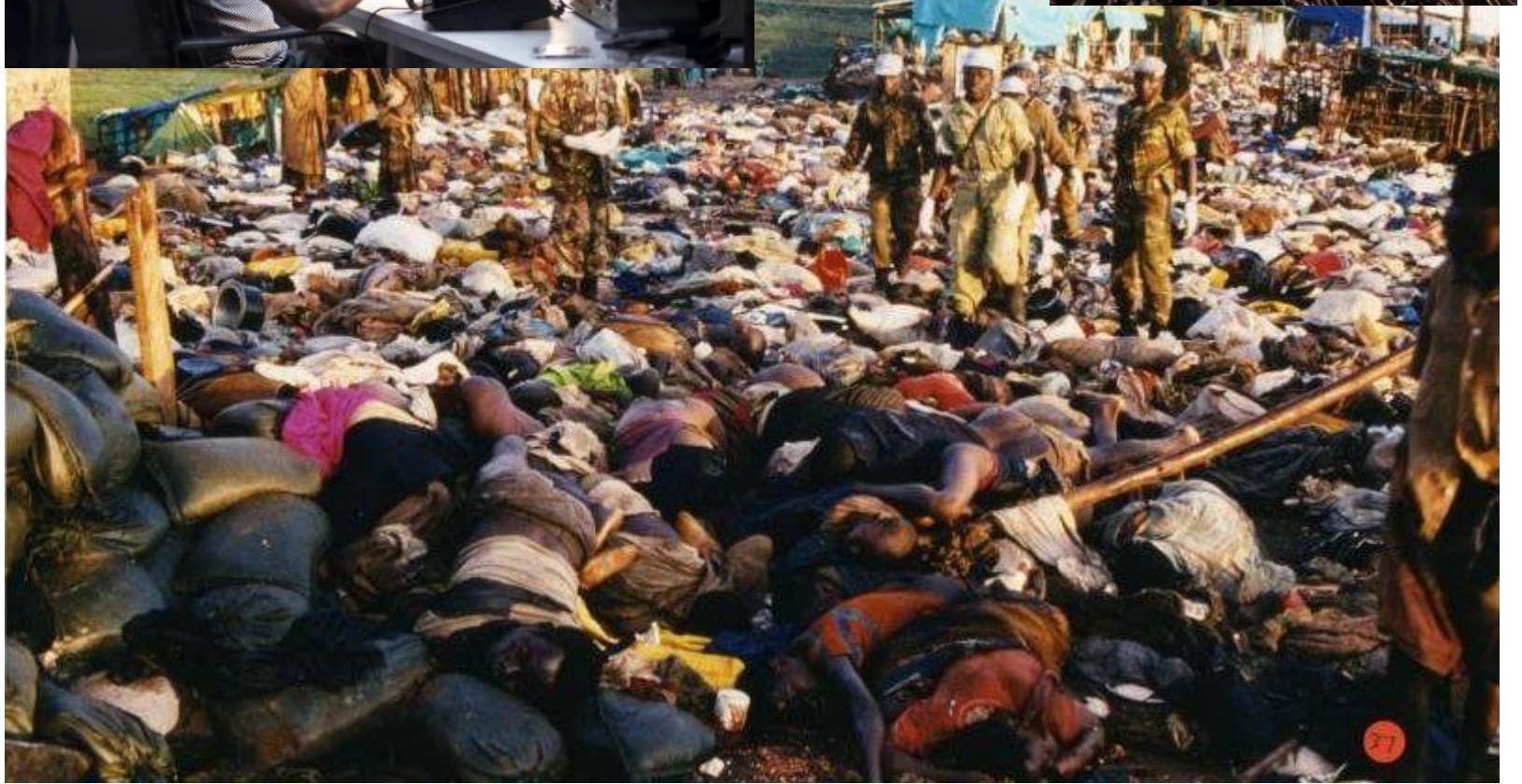
Возникновение и эволюция массовой информации

- К тому времени как нацисты захватили власть, в Германии уже действовала отличная радиосеть, однако приемники были еще не по карману простому человеку. Геббельс исправил это упущение с помощью ***Volksempfanger*** **– «народного радиоприемника», который работал только на дальних и средних радиоволнах и не мог принимать иностранное радиовещание.** Первые приемники продавали за семьдесят шесть марок (около двадцати долларов), что составляло половину стоимости самых дешевых предыдущих моделей. Последующие версии приемника обходились покупателям вдвое дешевле.
- Ничто не оставлялось на волю случая. Радиовещание министерства пропаганды опиралось на сеть «беспроводных надзирателей», задачей которых было привлечение внимания народа к радио. На улицах работали репродукторы, никто не имел права покинуть рабочее место, не выслушав, что говорит фюрер или Геббельс. Правительство распорядилось, чтобы на панелях всех радиоприемников было наклеено предупреждение: **«Товарищи по расе! Вы немцы! Ваш долг не слушать иностранные станции. Тот, кто это делает, будет сурово наказан».**

Возникновение и эволюция массовой информации

- Геноцидом в Руанде управляли два СМИ. Первый из них – «Кангура», воинственная газета журналиста Хассана Нгезе, уже за несколько лет до 1994 года постепенно раздувала костер ненависти. Название газеты в вольном переводе означает «Новости хуту». Хуту провозгласили новые «десять заповедей», среди прочего – об обольстительной опасности женщин тутси, о нечестности и предательстве мужчин тутси, о том, что страной тайно управляют тутси и что против них следует принять меры. Наиболее часто цитируется восьмая заповедь: «**Хуту должны перестать жалеть тутси».**
- Инициировало бойню после смерти президента Хабиаримана и управляло ею полуофициальное «Свободное радио и телевидение тысячи холмов» (*Radio-Television Libre des Milles Collines*, RTLM). RTLM была основана как частная корпорация с дешевыми акциями, доступными «каждому хуту»; программы корпорации, в отличие от тяжеловесных государственных программ «Радио Руанды», содержали веселую музыку, шутки, выступления диджеев, ведущие брали интервью у простых граждан. Радиостанция быстро завоевала популярность слушателей, переманила персонал государственного вещания и его фонды финансирования.
- Главной целью RTLM, почти как у «Кангуры», было разжигание ненависти к тутси. Добивались они своего разными способами: представляли тутси вороватыми, похотливыми и хищными «тараканами», призывали убивать их – по одному и массово. Часто повторялся риторический вопрос**: «Могилы наполнены лишь наполовину. Кто поможет нам их наполнить?»**

Возникновение и эволюция массовой информации



История журналистики

- К собственно журналистским изменениям относится прежде всего ***экономическая революция в прессе***, которая началась в 1830-е годы сначала во Франции, США, затем в Англии, позднее – в других странах. Благодаря энергичной деятельности ***Эмиля де Жирардена*** (1806 – 1881 гг.) и, в частности, изобретенной им ***рекламно-тиражной спирали***, газета стала экономически выгодным предприятием, дешевой и доступной широким слоям читателей.

История журналистики

- В годы войны впервые начала широко применяться ***пропаганда:*** в войсках противника, среди населения противника, в собственных войсках и среди собственного населения. Важным элементом пропаганды во всех странах была не только печать, но и
кинематограф. Впервые во всех воевавших странах появились и широко развили деятельность государственные учреждения, отвечавшие за пропаганду.
- В *Германии* было учреждено Бюро печати при министерстве иностранных дел. При генеральном штабе работало Управление печати. В 1917 году начало работу Бюро военной прессы, в ведении которого находились цензура, внешняя и внутренняя пропаганда. На информационном пространстве Германии монополистом оставалось телеграфное агентство *ВТБ* («Wolfsche Telegrafenburo» – «Вольфше телеграфенбюро»).
- Во *Франции* при министерстве иностранных дел был создан отдел по изучению зарубежной прессы. При военном министерстве появилось бюро прессы, занимавшееся цензурой. В 1916 году приступила к работе Межминистерская комиссия по делам печати. В ее ведение входили такие, вопросы, как распределение бумаги между периодическими изданиями, контроль цен на печатную продукцию. В 1918 году Комиссия была преобразована в Национальную службу печати. В *Великобритании* первым официальным органом пропаганды стало Военное пропа- гандистское бюро (*War Propaganda Bureau*) при парламенте.

История журналистики

История журналистики

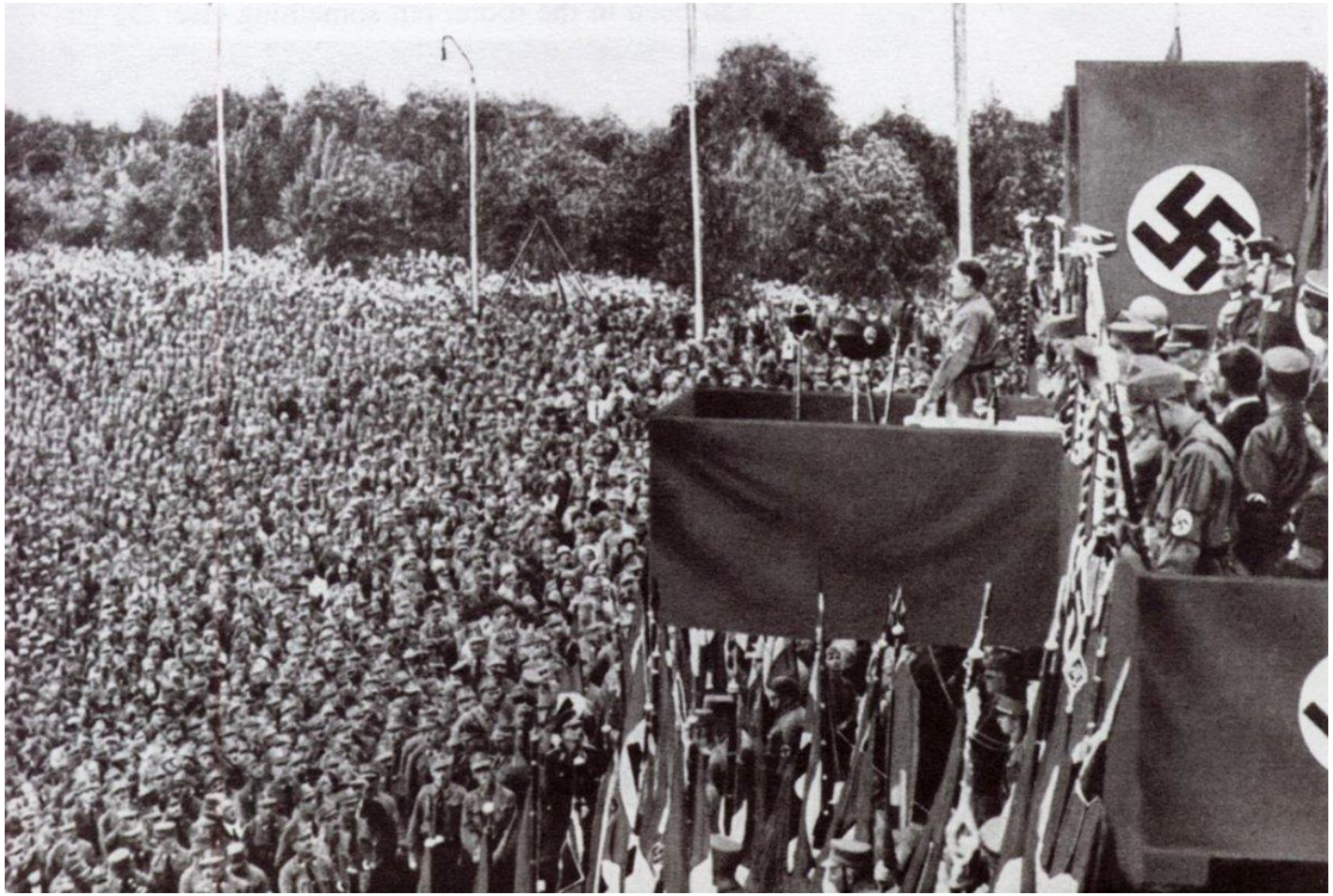
- **В 1920-е годы возникли две школы радиовещания: американская (частное радио) и европейская (общественно-правовое радио). В Советском Союзе (а впоследствии и в нацистской Германии) существовало государственное радиовещание.**
- **Первые практические исследования журналистики появились из-за необходимости по- высить эффективность рекламы. В середине 1920-х годов в США создавалась система исследований общественного мнения – *public relations* (паблик рилейшнз). Начало этому положили книги американских исследователей *Уолтера Липмана* (1889 – 1974 гг.) «*The Publie Opinion*» («Общественное мнение») и *Эдварда Луиса Бернайса* (1891 – 1995 гг.) «*Cristylising Publie Opinion*» («Кристаллизация общественного мнения»). Липман исследо- вал механизм воздействия журналистики на сознание через стереотип, сформулировал осо- бенности формирования обшественного мнения, манипулирования сознанием.**
- **Бернайс научил, какими способами можно воздействовать на общественное мнение.**
- **Теория стереотипизации, которую разработал американский социолог *Пауль Феликс Лазарсфельд* (1901 – 1976 гг.), исследовала зависимость воспринимаемости мате- риала от степени доверия читателя к материалу.**

История журналистики

- В «черный вторник», 29 октября 1929 года, разразился системный экономический кризис – крупнейший в мировой истории, который быстро распространился не только на территорию США, но и на весь западный мир. Он начался с краха котировок акций нью-йоркской фондовой биржи на Уолл-стрит. Кризис продлился несколько лет (1929 – 1933 гг.) и получил название «Великая депрессия». В эти годы резко упало промышленное производство, сократился объем сельскохозяйственного производства и торгового оборота. Невиданных размеров достигла безработица, увеличилась преступность.

История журналистики

История журналистики



История журналистики

- С окончанием Великой депрессии, а также приходом к власти в Германии нацизма наступил последний предвоенный этап развития западной журналистики (1933 - 1939 гг.). В эти годы стала усиливаться роль американской прессы на мировой арене, тогда как прежде ее влияние не выходило за пределы американского континента. Так, например, ведущее информационное агентство «***Associated Press***» (Ассошиэйтед пресс) с начала 1930-х годов ста-ло открывать зарубежные бюро в европейских странах. В 1931 году первые такие бюро по-явились в Лондоне и Берлине. Таким образом, с началом информационной экспансии «Associated Press» в Европу фактически утратил действие подписанный еще в 1870 году Картельный договор между европейскими информационными агентствами Гавас, Вольф и Рейтер о создании всемирной сети обмена информацией и сферах информационного влияния в Европе. ***Начался второй информационный передел мира***.

- РАДИО ***Франклин Делано Рузвельт***
- ТЕЛЕВИДЕНИЕ **Би-Би-Си (Британской радиовещательной компанией) с 1936 года, во Франции и Германии – с 1935 года. В США регулярное телевещание началось в 1939 году силами Эн-Би-Си**
- ПУБЛИЦИСТИКА ***Эрнест Хемингуэй***, ***Джордж Оруэлл***, ***Артур Кестлер***

История журналистики

- **НАЦИСТСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ПРОПАГАНДА (1933 – 1945 ГОДЫ)**
- ***Йозеф Геббельс*** (1897 – 1945 гг.). Он сформулировал принципы работы министерства: **простота, размах, концентрация.**
- За короткий период министерство Геббельса, не имевшее аналогов в мировой истории, сосредоточило в своих руках всю систему получения и распространения информации. Главная задача министерства состояла в пропаганде нацистской идеологии. Основными темами пропаганды были: расизм (проповедь исключительности арийской расы и ущербности неарийских рас и народов);
- антисемитизм (преследование евреев вплоть до геноцида – полного физического уничтожения еврейской нации);
- культ Фюрера (человеконенавистническая книга Гитлера «***Mein Kampf***» («Майн кампф» – «Моя борьба») стала, по сути, нацистской библией.
- ***умственного упрощения; огран*** ***овторения; субъективно-сти; эмоциональн***

История журналистики

- ***Палата радиовещания***. Вскоре были нацио-нализированы все радиостанции. Сразу же после прихода к власти нацисты наладили широкое производство дешевых ***радиоприемников***. Над этим проектом трудились в принудительном порядке представители двадцати восьми германских радиофирм. Пер-вые сто тысяч «народных приемников» были выпущены уже в конце мая 1933 года. А к концу 1933 года их количество превысило полмиллиона.
- Пробные телепередачи велись из Берлина с апреля 1934 года, а 22 марта 1935 года началось ***регулярное*** телевещание по вечерам: сначала три раза в неделю, по понедель-никам, средам и субботам, затем, с 1935 года – пятидневное, а с января 1936 года – ежедневное. Как правило, это были звуковые фильмы и музыкальные программы, а также еженедельные выпуски новостей. Для популяризации телевидения нацисты со-здали в Берлине сеть так называемых ***телевизионных театров***
- Готовясь к войне, нацисты создали при генеральном штабе германской армии ***Управление по пропаганде среди войск и населения противника***. В 1938 году при каждом армейском корпусе была сформирована ***рота пропаганды***. В 1941 году на советско-германском фронте действовали 17 таких подразделений. В каждую роту входило 115 чело-век, а общая численность войск пропаганды вермахта составляла к середине войны 15 тыс. человек. В состав рот пропаганды входили не только военные журналисты, но и фотографы, кинооператоры, художники, специалисты по радиоустановкам, типографские работники.

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио

Модерн 1. Появление потребителя. Реклама в печати и на радио