

منابع اقتصادی جهان

مقاله این بخش:
رساله ها

هدف اصلی این بخش معرفی صنایع، مجتمع ها و بخش های خدماتی و تولیدی جهان که منابع اقتصادی جهان محسوب می شوند، است. در هر شماره، یک صنعت یا یک بخش خدماتی معرفی و اطلاعاتی در خصوص برترین شرکت های مربوط به آن صنعت ارائه خواهد شد.

گروه مترجمان میثاق مدیران
info@MisaqModran.com

سازد

گروه مترجمان میثاق مدیران
info@MisaqModiran.com

اتفاقات مهم: روزنامه ها و کتب

- ۸۶۸ . اولین کتب چاپی در چین منتشر شدند.
- ۱۰۴۰ . پی شنگ^۱ حروف چاپی متحرک را اختراع کرد.
- ۱۴۲۰ . سلطان سیجونگ^۲ کره ای امکان تایپ با حروف فلزی را فراهم آورد.
- ۱۴۳۸ . یوهان گوتنبرگ^۳ به طور مستقل، حروف چاپی متحرک را در آلمان اختراع کرد.
- ۱۸۱۴ . روزنامه تایمز^۴ در لندن، نخستین روزنامه را با استفاده از قدرت بخار^۵ منتشر کرد.
- ۱۸۸۶ . نیویورک تریبون^۶ با استفاده از دستگاه لیتوتايب^۷ اوتمار مرگنتاهلر^۸، حروف چینی را به صورت خودکار درآورد.
- ۱۹۳۹ . امکانات تصویربرداری باعث افزایش سرعت حروف چینی شد؛ پس از آن هم نخستین دستگاه تایپ رایانه ای در سال ۱۹۶۵ ساخته شد.
- ۱۹۸۷ . نرم افزار کوارکسپرس^۹، امکان حروف چینی و صفحه آرایی در رایانه های شخصی را میسر می سازد.

اتفاقات مهم: ضبط صدا و تصویر

- ۱۸۷۷ . توماس آلوا ادیسون^{۱۰} تصاویری را بر روی یک کاغذ روغنی ثبت کرد.
- دهه ۱۸۸۰ . اتین جولز ماری^{۱۱} در فرانسه، جرج ایستمن^{۱۲} در ایالات متحده و ویلیام فریس گرین^{۱۳} در انگلستان، بر روی تصاویر متحرک کار می کردند.
- ۱۸۸۸ . امیل برلینر^{۱۴} در ایالات متحده، امکان ضبط صدا بر روی دیسک های مسطح را فراهم آورد و تولید انبوه این اختراع از سال ۱۸۹۲ آغاز شد.
- ۱۸۹۵ . لوئیس و آگوست لومیر^{۱۵} نخستین سالن عمومی سینما را در پاریس افتتاح کردند.
- ۱۹۰۵ . نخستین سالن های سینما در ایالات متحده شروع به کار کردند.
- ۱۹۱۷ . فن آوری تکنیکالر^{۱۶} باعث استفاده از تصاویر رنگی شد.
- ۱۹۲۷ . نخستین فیلم ناطق هالیوود^{۱۷} به نام "خواننده جاز" ساخته شد.
- ۱۹۴۸ . صفحات موسیقی ۳۵ و ۴۵ دور در دقیقه معرفی شدند اما خیلی زود صفحات ۷۸ دور در دقیقه جایگزین آنها شدند.
- ۱۹۶۳ . شرکت فیلیپس^{۱۸} در هلند، نخستین نوارهای کاست فشرده ضبط صدا را ارائه کرد.
- ۱۹۷۵ . سونی^{۱۹} سیستم ویدیوهای خانگی بتاماکس^{۲۰} را ارائه کرد که بلافاصله تحت الشعاع

1.Pi Sheng
2.King Sejong
3.Johann Gutenberg
4.The Times
5.powered press-steam

6.New York Tribune
7.Linotype
8.Ottmar Mergenthaler
9.QuarkXPress
10.Thomas Alva Edison

11.Etienne Jules Marey
12.George Eastman
13.Greene-William Friese
14.Emile Berliner
15.Louis and Auguste Lumiere

16.Technicolor
17.Hollywood
18.Philips
19.Sony
20.Betamax



- استاندارد وی اچ اس ۲۱ شرکت جی وی سی ۲۲ قرار گرفت.
- ۱۹۷۹ . سونی دستگاه های قابل حمل ضبط صوت به نام واکنم ۲۳ را معرفی کرد.
- ۱۹۷۹ . فیلیپس و سونی ، سی دی و دیسک های فشرده ضبط صدا را ارائه کردند.
- ۱۹۹۵ . فیلیپس ، سونی ، ماتسوشیتا ۲۴ و توشیبا ۲۵ ، دی وی دی ۲۶ را ارائه کردند.

اتفاقات مهم: رادیو و تلویزیون

- ۱۸۹۴ . گوگلیلمو مارکونی ۲۷ ، مخترع ایتالیایی ، نخستین سیگنال های رادیویی را اختراع کرد.
- ۱۹۲۰ . وستینگهاوس ۲۸ نخستین ایستگاه رادیویی را ایجاد کرد.
- ۱۹۲۵ . چارلز فرانسیس جنکینز ۲۹ تلویزیون را در واشنگتن معرفی کرد و پس از او جان لوگی بایرد ۳۰ همین کار را در لندن انجام داد.
- ۱۹۳۰ . موتورولا ۳۱ ، نخستین رادیوی خودرو را ساخت .
- ۱۹۳۵ . شرکت آلمانی فرنسه ۳۲ تولید نخستین برنامه های تلویزیونی الکترونیکی را شروع کرد و پس از آن بی بی سی ۳۳ در لندن (۱۹۳۶) و آر سی آ ۳۴ در نیویورک (۱۹۳۹) همین کار را انجام دادند.
- ۱۹۴۹ . شرکت آر سی آ که متعلق به دیوید سارنوف ۳۵ بود ، سیستم رنگی تلویزیون های الکترونیکی را معرفی کرد که تولید انبوه آنها از سال ۱۹۵۳ آغاز شد.
- ۱۹۵۴ . نخستین رادیوی ترانزیستوری ساخته شد .
- ۱۹۶۲ . نخستین ماهواره درون قاره ای اقدام به پخش برنامه های تلویزیونی کرد .
- ۱۹۷۲ . ماگناوکس ۳۶ در ایالات متحده ، نخستین بازی ویدیویی را معرفی کرد .
- ۱۹۷۶ . نخستین تلویزیون های کابلی در ایالات متحده شروع به کار کردند .
- ۱۹۸۲ . شرکت جدید تلویزیون های ماهواره ای ۳۷ ، برنامه های خود را در اروپا آغاز کرد و در سال ۱۹۸۴ به شرکت آسمان ۳۸ تغییر نام داد .
- ۱۹۸۹ . تلویزیون های ماهواره ای در انگلستان شروع به کار کرده و کانال های مختلف تلویزیونی مستقیماً به خانه ها راه پیدا کردند .

گوش دادن به رادیو است.

این صنایع متفاوت که به اتفاق هم "رسانه" نامیده می شوند ، در بیشتر عمر خود صناعی مستقل بوده اند و عمر بسیاری از آنها به بیش از یک قرن می رسد. در برخی موارد ، فعالان بزرگ یک صنعت ، تحولات ایجاد کرده خود را مدیون مخترعان و توسعه دهندگان فن آوری های مختلف همچون جنرال الکترونیک ۴۰ (که توسط ادیسون تاسیس شد) ، آر سی آ و وستینگهاوس بوده اند. در دو دهه پایانی قرن بیستم ، حرکت مهمی به سمت ادغام شرکت های موجود در صنعت رسانه های گروهی صورت پذیرفت. این صنعت مرزهای ملی را درنوردیده است . مثلاً شرکت سونی که پس از جنگ جهانی دوم در توکیو بنا شد تا تجهیزات الکترونیکی تولید کند ، هم اکنون مالک شرکت صوتی و تصویری کلمبیا تری استار ۴۱ است که بازی های الکترونیکی به نام پلی استیشن ۴۲ تولید می کند ، سی دی و

همان طور که سه جدول بالا نشان می دهند ، صنعت رسانه دارای صنایع مختلفی است که از صنعت چاپ در اوایل قرون وسطی تا ظهور دی وی دی در پایان قرن بیستم را دربرمی گیرد. این صنعت ، هزینه و زمان بسیار زیادی را به خود اختصاص داده است. به گفته خبرنگارنامه اسکرین دایجست ۳۹ ، در سال ۲۰۰۱ ، شهروندان انگلیسی به طور میانگین ۵۳ ساعت از وقت خود را در هفته صرف استفاده از رسانه ها کرده اند که این امر نمایانگر بیشترین استفاده مردم از اوقات فراغت شان است و آن شامل ۲۵ ساعت تماشای تلویزیون و ۲۱ ساعت

| | |
|----------------------------|-------------------------|
| 21.VHS | 31.Motorola |
| 22.JVC | 32.Fernseh |
| 23.Walkman | 33.BBC |
| 24.Matsushita | 34.RCA |
| 25.Toshiba | 35.David Sarnoff |
| 26.DVD | 36.Magnavox |
| 27.Guglielmo Marconi | 37.Satellite Television |
| 28.Westinghouse | 38.Sky |
| 29.Charles Francis Jenkins | 39.Screen Digest |
| 30.John Logie Baird | |

40.General Electric

41.Columbia TriStar

42.PlayStation

دی وی دی میسازد، تلفن های بی سیم تولید می کند و مالک ۴۰ درصد سائلن های زنجیره ای سینما در ایالات متحده است. گروه اخبار بین المللی روپرت ماردوک ۴۳ که مالک تایمز است، در سال ۱۷۸۵ در استرالیا تاسیس شده است و در عین حال اداره استودیو فیلم سازی فاکس قرن بیستم ۴۴ و اسکای انگلستان ۴۵ را نیز بر عهده دارد. مجموعه ای از ادغام ها، تایمز و دیگر مجلات را در یک گروه و همراه با استودیو فیلم سازی وارنر بروس ۴۶، گروه ترنر ۴۷ (که کانال خبری سی ان ان ۴۸ مالک آن است) و شرکت خدمات اینترنتی ای او ال ۴۹ در کنار هم قرار داد.

شرکت ها

صنعت رسانه، همواره رابطه ای پیچیده با دولتها و قانونگذاران آنها حتی در ایالات متحده که آزادی مطبوعات از روز اول در قانون اساسی آن درج شده، داشته است.

مثلاً در ایالات متحده، صدور مجوز فعالیت های رادیویی و تلویزیونی در اختیار کمیسیون فدرال ارتباطات قرار دارد.

در برخی موارد، فعالان بزرگ یک صنعت،

تحولات ایجاد کرده خود را

مدیون مخترعان و توسعه دهندگان فن آوری های

مختلف همچون جنرال الکتریک

(که توسط ادیسون تاسیس شد)، آرسی آ و

وستینگهاوس بوده اند.

طبق قوانین این کمیسیون، سهم هیچ گونه خدمات تلویزیونی نمی تواند فراتر از ۳۵ درصد مخاطبان ملی باشد، هیچ تلویزیون کابلی نمی تواند به بیش از ۳۰ درصد مخاطبان ملی خدمات بدهد و مالک هیچ روزنامه ای هم نمی تواند در یک منطقه جغرافیایی، مالک یک ایستگاه رادیویی یا تلویزیونی باشد. دیگر کشورها نیز قوانین خاص خود را دارند. در فرانسه، مالکان رسانه ها نمی توانند مالکیت بیش از دو مورد از موارد زیر را در اختیار داشته باشند: مخاطبان تلویزیونی بیش از ۴ میلیون نفر، مخاطبان رادیویی به میزان ۳۰ میلیون نفر، مخاطبان تلویزیون کابلی به میزان ۶ میلیون نفر و خوانندگان

روزنامه های یومیه به میزان ۲۰ درصد مخاطبان ملی. مالکیت خارجی برنامه های رادیویی یا تلویزیونی در ایالات متحده و بسیاری دیگر از کشورها ممنوع است هر چند که در آلمان، دانمارک، ایرلند، ایتالیا، هلند و انگلستان چنین نیست. در سوئد، حتی ناشران فصلنامه ها نباید تابعیت خارج از منطقه اقتصادی اروپا داشته باشند.

در کشورهای غیر از ایالات متحده، بسیاری از ایستگاه های رادیویی و تلویزیونی توسط دولت اداره می شوند. مثلاً در انگلستان، از پنج شبکه رادیویی و تلویزیونی، سه شبکه یعنی BBC1، BBC2 و کانال چهار دولتی هستند ضمن این که شبکه پنج رادیویی بی بی سی نیز همین وضعیت را دارد. این وضعیت، تفاوت های فرهنگی و زبانی را با هم ترکیب کرده و باعث تقویت بازارهای ملی در زمینه رسانه ها و همکاری تنگاتنگ آنها با دیگر صنایع همچون نفت، خودروسازی، داروسازی، مواد شیمیایی، رایانه یا تجهیزات برقی و الکترونیکی شده است.

در نتیجه، سه شبکه بزرگ تلویزیونی ایالات متحده یعنی ای بی سی ۵۰، سی بی اس ۵۱ و ان بی سی ۵۲، حضور بین المللی کم رنگی دارند. کانال های بازرگانی و دولتی آلمان از طریق ماهواره قابل دسترسی در سایر نقاط اروپا هستند اما این برنامه ها به غیر از شهروندان آلمانی زبان در اطریش و سوئیس برای دیگران قابل استفاده نیستند. سیلویو برلوسکونی ۵۳ که مالک بزرگ ترین کانال های تجاری ایتالیا است و به عنوان نخست وزیر کنترل سه شبکه دولتی این کشور را هم بر عهده داشت، حضور رسانه ای محدودی در خارج از ایتالیا دارد.

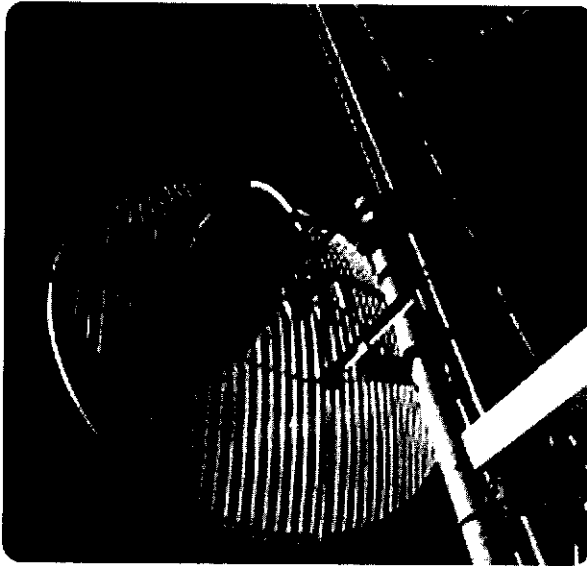
انتشار مجلات، بین المللی تر است. شرکت های اروپایی برتلسمان ۵۴ (آلمان)، هاجت ۵۵ (فرانسه)، یونایتد بیزینس مدیا ۵۶ (انگلستان)، وی ان یو ۵۷ (هلند)، رید اسویر ۵۸ (انگلستان/ هلند) اماپ ۵۹ (انگلستان) در فهرست ۲۰ ناشر برتر ایالات متحده دیده می شوند و ناشران آمریکایی همچون ای او ال تایم وارنر ۶۰، هرست ۶۱، آی دی جی ۶۲، ریدرز دیجست ۶۳ و زیف داویس ۶۴ همگی دارای منافع گسترده بین المللی هستند.

بازارها

یک سوم پایانی قرن بیستم شاهد افزایش شدید بازارهای رادیویی و تلویزیونی به ویژه در جهانی در حال توسعه بوده

| | |
|--------------------------|--------------------|
| 50.ABC | 58.Reed Elsevier |
| 51.CBS | 59.Emap |
| 52.NBC | 60.AOL Time Warner |
| 853.Silvi Berlusconi | 61.Hearst |
| 54.Bertelmann | 62.IDG |
| 55.Hachette | 63.Digest s Reader |
| 56.United Business Media | 64.Ziff Davis |
| 57.VNU | |

| |
|--|
| 43.based News International Group-Australia s'Rupert Murdoch |
| 44.Century Fox-Twentieth |
| 45.British Sky |
| 46.Warner Bros |
| 47.Turner |
| 48.CNN |
| 49.Internet Service AOL |



است.

بر اساس آمار یونسکو ۶۵، در سال ۱۹۷۰ در کشورهای در حال توسعه، ۲۴۰ میلیون دستگاه رادیو و ۲۶ میلیون دستگاه تلویزیون وجود داشته است اما این رقم در سال ۱۹۹۷ به ۱۱۲۴ میلیون دستگاه رادیو و ۷۲۰ میلیون دستگاه تلویزیون رسیده است. این آمار نشان می‌دهند که برای هر ۱۰۰۰ نفر ساکنان این مناطق، ۲۴۵ دستگاه رادیو و ۱۵۷ دستگاه تلویزیون وجود دارد.

در جهان توسعه یافته، بازارها عمدتاً به حد اشباع رسیده‌اند اما در حال حاضر وجود دو دستگاه برای هر خانواده به امری رایج تبدیل شده است: در اروپا و در سال ۱۹۹۷، برای هر هزار نفر، ۷۲۹ دستگاه رادیو و ۴۴۶ دستگاه تلویزیون وجود داشته است. در قاره آمریکا و در سال ۱۹۹۷، تعداد دستگاه‌های رادیو از تعداد مردم بیشتر بوده است یعنی ۸۱۱ میلیون رادیو یا ۱۰۱۷ دستگاه برای هر ۱۰۰۰ نفر.

ایالات متحده بزرگ‌ترین بازار سینما را در جهان غرب دارد: به طور میانگین، هر آمریکایی ۴/۶ مرتبه در سال، به سینما می‌رود که این رقم تقریباً دو برابر رقم دیگر کشورهای توسعه یافته است. در اکثر کشورها، حضور در سالن‌های سینما در بلندمدت کاهش یافته اما به نظر می‌رسد این روند از اواسط دهه ۱۹۹۰ بهبود یافته است. البته، ایالات متحده یک استثنا است که تعداد سینماهای فعال آن بین سالهای ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۴ دو برابر شده و پس از اندکی کاهش در سال ۱۹۹۲ یعنی مراجعه هر فرد به سینما در سال به میزان ۳/۷ مرتبه، مجدداً میزان فروش بلیط به سطوح ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ بازگشته است.

در اروپا، این روند سیر نزولی داشته است. در دهه ۱۹۷۰، میانگین حضور فرانسویان در سالن‌های سینما، ۳/۷ مرتبه در سال بود اما این رقم در سال ۱۹۹۵ به ۲/۲ مرتبه نزول کرد. میزان فروش بلیط در انگلستان از ۳/۵ مرتبه در سال برای هر فرد در سال ۱۹۷۰ به ۲ مرتبه در سال ۱۹۹۰ کاهش یافت. این نزول در اسپانیا شدیدتر بود: از ۹/۸ مرتبه برای هر فرد در سال ۱۹۷۰ به ۲/۴ مرتبه در سال ۱۹۹۵.

روزانه حدود ۵۴۸ میلیون روزنامه در سراسر جهان چاپ و فروخته می‌شوند که این رقم از اواسط دهه ۱۹۸۰ تقریباً ثابت مانده است. افزایش سریع جمعیت جهان در همین مدت، بدان معنا است که تنها ۹۶ نسخه روزنامه برای هر ۱۰۰۰ نفر در سال ۱۹۹۶ به فروش رفته که این رقم در سال ۱۹۷۰، ۱۰۷ روزنامه بوده است.

تیراژ روزنامه‌های یومیه، نمایانگر ثروت در سراسر جهان است. در اروپا ۲۶ روزنامه برای هر ۱۰۰۰ نفر فروخته می‌شود که البته این رقم نسبت به دوران اوج خود در سال

۱۹۸۰ یعنی ۳۴۰ روزنامه و ۲۸۱ روزنامه در سال ۱۹۸۰ تنزل پیدا کرده است. فروش روزنامه در ایالات متحده ثابت‌تر بوده است یعنی بین ۱۴۰ تا ۱۵۰ روزنامه برای هر ۱۰۰۰ نفر از اواسط دهه ۱۹۸۰ به بعد. میزان فروش روزنامه در کشورهای در حال توسعه پایین‌تر است. بنابر گزارش یونسکو، به طور میانگین ۶۰ روزنامه در ازای هر ۱۰۰۰ نفر جمعیت کشورهای در حال توسعه فروخته می‌شود که این رقم تنها ۱۶ روزنامه در آفریقا است.

الگوی تیراژ یومیه روزنامه‌ها، همچنان دارای تفاوت‌های گسترده‌ای در نقاط مختلف جهان است. مثلاً بازار ایالات متحده در سیطره روزنامه‌های کوچک و مختص یک شهر است و تنها دو روزنامه ملی در این کشور وجود دارند: نشریه تخصصی وال استریت ژورنال ۶۶ و یواس‌ای تودی ۶۷. همچنین فروش تنها چهار روزنامه یومیه فراتر از یک میلیون نسخه است. برعکس، انگلستان در سیطره روزنامه‌های بزرگ یومیه مستقر در لندن است که تیراژی ملی دارند. بزرگترین آنها سان ۶۸ است که فروش آن ۳/۳ میلیون نسخه در روز است و پس از آن دیلی میرر ۶۹ و دیلی مال ۷۰ با فروشی بیش از ۲/۴ میلیون نسخه در روز، دیلی تلگراف ۷۱ و دیلی اکسپرس ۷۲ با ۱ میلیون نسخه فروش و تایمز، تایمز مالی ۷۳، گاردین ۷۴، دیلی استار ۷۵، دیلی رکورد ۷۶ و ایندپندنت ۷۷ با فروشی بین ۲۰۰ تا ۷۰۰ هزار نسخه در روز در ردیف‌های بعدی قرار دارند.

برای هر نوع شکلی از رسانه‌ها، آمار و ارقام مختلفی در

- 66.Wall Street Journal
- 67.U.S.A Today
- 68.Sun
- 69.Daily Mirror
- 70..Daily Mall
- 71.Daily Telegraph

- 72.Daily Express
- 73.Financial Times
- 74.Guardian
- 75.Daily Star
- 76.Daily Record
- 77.Independent

65.UNESCO

بازار وجود دارد. یکی از ارزیابی‌هایی که هزینه تمامی رسانه‌ها در انگلستان را مورد بررسی قرار داده است توسط خبرنگارنامه اسکرین دایجست و بانک ای بی ان آمر و ۷۸ در اواخر سال ۲۰۰۰ انجام شد. این تحقیق نشان می‌دهد که مجموع درآمد بازار انگلستان برای تمامی شکل‌های رسانه‌ای در سال ۱۹۸۵، حدود ۷ میلیارد پوند بوده است و پیش‌بینی شده که این رقم تا سال ۲۰۱۰ به ۵۶ میلیارد پوند و اگر از فرصت‌های جدید رسانه‌ای بهره برداری شود، به ۸۴ میلیارد دلار برسد. طبق این تحقیق، سهم رسانه‌های چاپی در یک دوره ۲۵ ساله کاهش خواهد یافت؛ به طوری که این سهم از ۴۸ درصد در سال ۱۹۸۵ به ۱۵ درصد در سال ۲۰۱۰ رسیده است. اشتراک در رسانه‌ها - عمدتاً مجوز فعالیت‌های تلویزیونی در سال ۱۹۸۵ و هزینه‌های خدمات تلویزیونی و اینترنتی تا سال ۲۰۱۰ - از مجموع ۱۱ درصد در ابتدای این دوران، به ۵۰ درصد تا پایان آن خواهد رسید.

فن آوری

صنعت رسانه همواره فن آوری مدار بوده و تاریخچه آن به قرن ۱۵ بازمی‌گردد که یک پلاساز اهل ماینز ۷۹ یعنی یوهان گرنفلیش زوم گوتنبرگ، ۱۶۰۰ گیلدر ۸۰ قرض کرد تا یک سیستم چاپ خلق کرده و کسب و کار انتشار کتاب را آغاز کند. حدود چهار قرن بعد در سال ۱۸۱۴، تایمز لندن، اختراع چاپ به کمک نیروی بخار را مورد حمایت مالی قرار داد و این فن آوری را معرفی کرد.

رایانه‌ها نیز امکان یک پیشرفت بزرگ را در قبال فرآیندهای کاری به وجود آوردند. هم اکنون روزنامه‌ها، به کمک رایانه چاپ و صفحه‌آرایی می‌شوند.

همچنان که فن آوری‌ها توسعه می‌یابند، صنایع نیز به سرعت خود را با بازارهای متغیر وفق می‌دهند. مثلاً، چاپ بین‌المللی بدان معنا است که وال استریت ژورنال و تایمز مالی که زمانی فروششان محدود به یک کامیون یا قطار توزیع‌کننده در نیویورک یا لندن بود، هم اکنون نه تنها در نقطه نقطه کشورشان بلکه در توکیو، فرانکفورت، لس‌آنجلس و هر جای دیگری از جهان به فروش می‌روند.

در عرصه رسانه‌های الکترونیکی، دیگر بازار تلویزیون محدود به میزان انتقال امواج تصویری در هوا نیست. شبکه‌های کابلی و خدمات ماهواره‌ای، رقبای جدیدی را برای شبکه‌های اولیه آفریده‌اند. انتقال دیجیتال که در اواخر دهه ۱۹۹۰ معرفی شده، تعداد بالقوه رقبای را از چند رقیب به صدها رقیب رسانده است. علیرغم پیش‌بینی‌های صورت گرفته مبنی بر این که این

بازار جدید زیر سیطره کانال‌های فراملی خواهد بود، تنها چند کانال فراملی که عمدتاً هم کانال‌های خبری هستند، توسعه یافته‌اند همانند کانال ام تی وی ۸۱ در ایالات متحده، فرانسه، انگلستان و دیگر نقاط فعال.

محصولات جدید

همان‌طور که جداول اتفاقات مهم نشان می‌دهند، مجموعه‌ای از محصولات جدید در صنعت رسانه‌ها معرفی شده‌اند: نوارهای صوتی در سال ۱۹۶۳، نوارهای ویدیویی در سال ۱۹۷۵، سی‌دی در سال ۱۹۷۹، تلویزیون‌های ماهواره‌ای در اواسط دهه ۱۹۸۰ و تلویزیون‌های دیجیتالی در اواسط دهه ۱۹۹۰.

این فرآیند استمرار دارد و جدیدترین آنها معرفی دی‌وی در اواخر دهه ۱۹۹۰ بوده است. در آغاز قرن ۲۱، دی‌وی‌دی به عنوان موفق‌ترین کالای مصرفی الکترونیکی معرفی شد. بر اساس اعلام اسکرین دایجست، فروش فیلم‌های

در عرصه رسانه‌های الکترونیکی،

دیگر بازار تلویزیون محدود به

میزان انتقال امواج تصویری در هوا نیست.

شبکه‌های کابلی و خدمات ماهواره‌ای،

رقبای جدیدی را برای شبکه‌های اولیه آفریده‌اند.

انتقال دیجیتالی

که در اواخر دهه ۱۹۹۰ معرفی شده،

تعداد بالقوه رقبای را از چند رقیب به صدها رقیب

رسانده است.

ضبط شده بر روی دی‌وی‌دی در اروپای غربی، از ۴۲۰ میلیون یورو در سال ۱۹۹۹ به ۵/۳ میلیارد دلار یورو در سال ۲۰۰۱ رسیده است و در عین حال فروش نوارهای وی‌اچ‌اس‌بی عنوان فن آوری برتر ۲۵ سال گذشته، به شدت کاهش یافته و از ۵/۷ میلیارد یورو در سال ۱۹۹۹ به ۲/۸ میلیارد یورو در سال ۲۰۰۲ رسیده است.

اشتغال

آمار کسب و کار رسانه‌ای در جهان، به دلیل ماهیت متفاوت و متنوع آن، به سختی قابل کسب کردن است. در ایالات متحده، تلویزیون‌های کابلی، شبکه‌های تلویزیونی و شبکه‌های رادیویی، ۴۳۰۵۰۰ نفر را در سال ۱۹۹۸ به استخدام خود در آورده بودند که این رقم تاکنون رشدی معادل سه درصد در سال داشته است.

در صنعت تجهیزات ارتباطات رادیویی

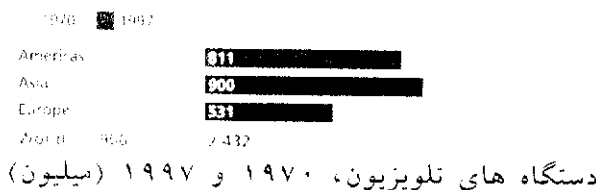
78.ABN Amro

79.Mainz

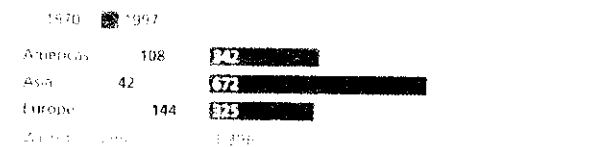
واحد پول هلند. 80.

81.MTV

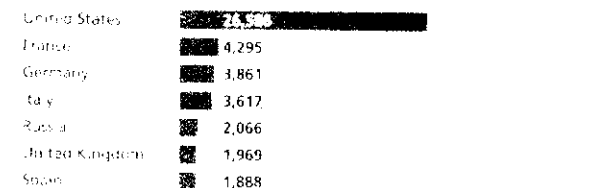
دستگاه های رادیو، ۱۹۷۰ و ۱۹۹۷ (میلیون)



دستگاه های تلویزیون، ۱۹۷۰ و ۱۹۹۷ (میلیون)



سالن های سینما، ۱۹۹۵



سرانه حضور در سالن های سینما، ۱۹۹۵



عناوین روزنامه های یومیه، ۱۹۹۶



تیراژ روزنامه های یومیه، ۱۹۹۶



پنج روزنامه برتر ایالات متحده بر اساس تیراژ، سپتامبر ۲۰۰۰



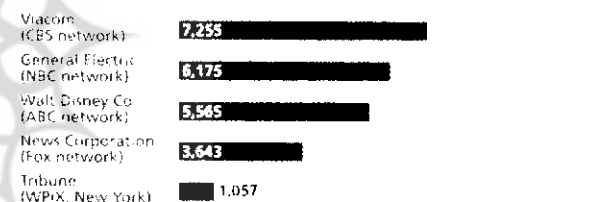
تلویزیونی نیز ۱۲۱۹۰۰ نفر دیگر کار می کردند هر چند که این رقم سالانه ۰/۷۵ درصد کاهش یافته است.

تاثیر اینترنت

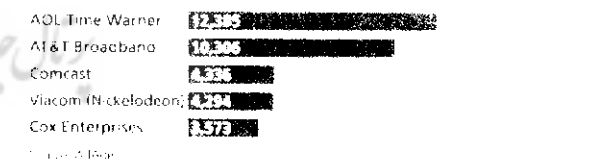
توسعه موفق شبکه های ارتباطی، تاثیری غیر قابل انکار بر رسانه های گروهی داشته است. سرمایه گذاری های هنگفتی در زمینه شبکه های ملی و بین المللی صورت گرفته است و ایجاد شبکه های بومی همچون شبکه های کابلی، ارتباطات مستقیم با منازل و فن آوری هایی همچون خطوط اشتراک دیجیتالی که باعث می شوند خطوط معمول تلفنی، سیگنال های ویدیویی را منتقل کنند، رشد چشمگیری داشته اند.

توسعه این سیستم که در اوایل دهه ۱۹۹۰ و با هدف قادر ساختن شرکت های تلفنی برای انتقال خدمات ویدیویی صورت گرفت، نمونه ای از این خدمات است که شبکه های تلفنی را با شبکه های تلویزیونی در هم می آمیزد. تا سال ۲۰۰۱، این سیستم در بسیاری از کشورها نصب شد که البته هدف از آن دستیابی به اینترنت پر سرعت بوده است.

بزرگ ترین شرکت های رسانه ای ایالات متحده بر اساس درآمد تلویزیونی، ۲۰۰۰ (میلیون دلار)



بزرگ ترین شرکت های رسانه ای ایالات متحده بر اساس درآمد تلویزیون های کابلی، ۲۰۰۰ (میلیون دلار)



بزرگ ترین شرکت های رسانه ای ایالات متحده بر اساس درآمد از روزنامه ها، ۲۰۰۰ (میلیون دلار)

