

ШУГАЙЛО Я.В.

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ

У сучасних умовах суттєво збільшуються масштаби, роль, інтенсивність впливу засобів масової інформації (ЗМІ) на процес соціалізації особистості. Становлення та бурхливий розвиток інформаційного етапу розвитку людської цивілізації, удосконалення існуючих та поява нових засобів масової інформації прискорюють процес глобалізації, додають до сукупності засобів впливу соціуму на людину елементи інших культур, інших життєвих цінностей та орієнтирів. На нашу думку, щоб краще усвідомити роль ЗМІ на сучасному етапі розвитку суспільства необхідно проаналізувати історію їх виникнення.

Мета статті – розглянути історичні аспекти виникнення засобів масової інформації.

Тисячу років тому людина володіла лише чотирма засобами поширення інформації – усною мовою, музикою, живописом та писемністю, поки у XV ст. не з'явилася друкована книга. Це вплинуло на подальший бурхливий розвиток ЗМІ, і сьогодні нагальним питанням для науковців залишається, чи будуть з'являтися нові види ЗМІ в подальшому розвитку людства. Адже, відповідно до концепції відомого канадського соціолога та культуролога М. Маклуена [3], ера мас-медіа й електронної інформації радикально змінює як життя людини, так і її саму. Сучасні ЗМІ як складова масової культури скорочують на планеті простір і час, знищують національні кордони, пов'язуючи в єдину мережу найвіддаленіші куточки. І процес глобалізації є не єдиним наслідком впливу ЗМІ на українське суспільство.

Існує декілька визначень поняття “засоби масової інформації”. Так, за законодавчими актами, засоби масової інформації – це установи, створені для відкритого, публічного поширення за допомогою спеціального технічного інструментарію різноманітних відомостей будь-яким особам. Ми будемо розглядати ЗМІ як комплекс організаційних структур та комунікаційних каналів, які виробляють та поширюють інформацію, призначену масовій аудиторії. Відомо, що сам термін “засоби масової інформації” вперше з'явився в офіційних документах після його внесення до преамбули статуту ООН з питань освіти, науки та культури у 1946 р.

Історію розвитку ЗМІ досліджують М. Маклуен [3], Р. Юренев [9], О. Нечай [6], І. Мащенко [4], Б. Потятиник [8], класифікації мас-медіа надають В. Мосоковцева [5], О. Кузнецова [2] та інші.

Науковцями запропоновано кілька класифікацій ЗМІ. Найбільш поширеною є традиційна, за якою виокремлюють чотири види самостійних ЗМІ: друковані, радіо, телебачення, мережні (обо комп'ютерні). За іншою

класифікацією, інформаційний простір будь-якої держави утворюють два типи інформаційних ресурсів: традиційні; бінарнокодовані. До традиційних інформаційних ресурсів належать друковані та аудіовізуальні ЗМІ, книги, фільмограми, оригінали та копії витворів образотворчих мистецтв тощо. Новітніми, або бінарнокодованими, ресурсами вважають такі, якими оперують за допомогою засобів обчислювальної техніки та систем комунікацій, що останнім часом набувають усе більшого поширення.

Щодо видів ЗМІ, то необхідно зазначити, що друковані видання за знаковою природою поділяють на чотири види: текстові, зображувальні, картографічні, нотні. До текстових засобів належать такі види видань: листівки, брошури, книги, газетні, журнальні, календарні видання. До зображувальних – буклети, проспекти, плакати, слайди тощо.

Більш традиційно друковані ЗМІ поділяються на газети та журнали. Газети – це періодичні видання, котрі виходять раз на тиждень або частіше, матеріали яких мають оперативний характер і повідомляють поточну інформацію. Журнали – це періодичні видання, котрі виходять раз на тиждень або рідше, їх матеріали здебільшого не мають оперативного характеру, відзначаються великими розмірами та аналітичним або художньо-публіцистичним характером. Розподіл всіх друкованих ЗМІ на газети й журнали склався історично, протягом століть. Існують такі класифікації друкованих ЗМІ: 1) за методом відображення дійсності (інформаційні, інформаційно-аналітичні, аналітичні, художньо-публіцистичні); 2) за засновником видання (урядові або регіонально-урядові, незалежні, партійні та інших громадських організацій, корпоративні); 3) за метою видання (політичні, суспільно-політичні, наукові та науково-просвітницькі, розважальні, спеціальні: жіночі та чоловічі, ділові, галузеві та професійні, етнічні, релігійні, рекламні та такі, що відображають додаткові потреби чи захоплення читачів); 4) за віком читачів (дитячі, молодіжні, для зрілого віку, для літніх людей, сімейні); 5) за територією розповсюдження (транснаціональні, центральні або всеукраїнські, регіональні, локальні); 6) за періодичністю виходу (ранкові й вечірні, щоденні, тижневики, щомісячні, видання, що виходять за спеціальними нагодами) [5]. О.Д. Кузнецова [2] поділяє друковані видання на масові та соціальні. Масові, у свою чергу, поділяються на суспільно-політичні, науково-популярні, культурологічні, а соціальні – на наукові, фахово-галузеві, соціально-групові.

Для кращого розуміння сутності та специфіки кожного з видів ЗМІ необхідно розглянути історичні відмінності становлення кожного з них. Слово “газета” походить від назви срібної венеціанської монети карбування 1538 р., саме стільки коштував інформаційний бюлетень (рукописні листки), який випускало спеціальне інформаційне бюро. Появу газет пов’язують із виходом у 1609 р. у Страсбурзі та Вольфенбюттелі перших періодичних інформаційних видань “Реляціон” та “Авізо”, а також із випуском у 1631 р. в Парижі щотижневого видання, яке називалося “La gazette” й повідомляло новини Франції та світу. Датою появи журналу називають 5 січня 1665 р., коли в Парижі починають видавати “Журнал учених”. Перші журнали мали

тільки науковий характер, але поступово їх тематика розширювалася. В Україні перші журнальні видання з'явилися у другій половині XVII ст., вони були переважно науковими, а пізніше виникли й журнали, що містили літературно-публіцистичні матеріали. Вважається, що перші три українських журнали – це “Харьковский Демокрит”, “Украинский вестник” та “Украинский домовод”. Сьогодні газети й журнали користуються меншим попитом, ніж електронні мас-медіа, у загальній структурі дозвілля дітей підлітків читання посідає в дівчат сьоме місце, а в хлопців одинадцять. Це явище пояснюють тим, що, по-перше, починаючи із середини 1980-х рр. зменшилася значущість читання як головного і найпривабливішого засобу проведення дозвілля. По-друге, український друкарський ринок майже не пропонує якісної продукції для дітей та підлітків.

Наприкінці XIX ст. наукою було створено достатньо передумов для появи кіно. Ще в давні часи була помічена здатність людського ока зберігати на сітківці слід побаченого зображення та поєднувати в єдиний зоровий ряд зображення, які швидко змінювалися і створювали при цьому ілюзію руху. Це явище дістало назву персистенція (здатність сітківки зберігати зображення 0,1-0,3 секунди). На початку XIX ст. поширеними були пристрої тауматропи (наприклад, малюнок птаха на одній стороні аркуша та клітки на іншій при швидкому обертанні дає зображення птаха в клітці), потім винайшли стробоскопи (Плато та Фарадей) та мутоскопи (книжки, на сторінках яких зображали послідовні стадії руху будь-якої фігури), у грудні 1839 р. зареєстрований винахід фотографії (Даггер та Ньєпс), у 1876 р. – сконструйований праксиноскоп (апарат для розглядання малюнків, які рухаються). Таким чином, розвиток фотографії, оптики, механіки та хімії призвів до появи 28 грудня 1895 р. сінематографа братів Огюста та Луї Люм'єр. Їх апарати давали змогу демонструвати 16 кадрів за секунду. Регулярне виробництво хронікально-документальних фільмів в Україні розпочалося 1907 р. У 1919-1921 рр. з'явилося 50 агітфільмів, серед яких були пропагандистські й науково-популярні стрічки про передові методи сільського господарювання, санітарні, просвітницькі та інші фільми. У Радянському Союзі кіно стало звуковим у 1930 р. [6; 9]. За роки розвитку кіно склалася розвинута система його видів та жанрів. Виділяють чотири головних види кіно: документальне, науково-популярне, художній (ігровий) фільм, мультиплікаційне кіно. За жанрами кіно поділяють таким чином: драма, мелодрама, трагедія, комедія, детективно-пригодницький фільм, героїко-пригодницький фільм, науково-пригодницький фільм, фільм-катастрофа, фільм жахів, фантастика, епопея, роман, дитяче кіно. Сьогодні, як і раніше, дітям та підліткам найбільше подобаються художні фільми та мультфільми, науково-популярне й документальне кіно значно менше привертає їх увагу. Однак художні та мультиплікаційні фільми виконують переважно розважальну функцію, а науково-популярне й документальне кіно має значний освітній потенціал, що не реалізується.

Не меншою популярністю серед населення користується такий вид мас-медіа, як радіо. Слово “радіо” в перекладі з латинської означає “випро-

мінною проміння”. Загальновідомо, що радіо – це спосіб передачі інформації на відстань за допомогою радіохвиль. Радіомовлення – це засіб масової інформації, що через радіоканали передає необмеженій кількості слухачів мовленнєві, музичні, драматичні та інші передачі з метою інформативно-емотивного впливу. Передісторією появи радіо були фундаментальні дослідження М. Фарадея, Дж. Максвелла та Г. Герца. Виникнення радіо пов’язують з іменами Олександра Попова та Гульєльмо Марконі. Завдяки тому, що було винайдено радіо, відбувся технічний прорив у багатьох галузях науки та техніки, пов’язаних з обміном та обробкою інформації. Перша публічна демонстрація системи “реєстрації грозівих розрядів” О. Попова відбулася у Санкт-Петербурзі 7 травня 1895 р., а 12 грудня 1901 р. Г. Марконі вперше почув сигнали з іншого боку Атлантики. Широко застосовувати радіо почали після 1920 р. Регулярне мовлення українського радіо розпочалося 1924 року, і вперше воно з’явилося у Харкові, потім у Києві, Дніпропетровську, Одесі та інших містах. На перших етапах розвитку радіо його називали газетою без паперу, тому що не були поширені індивідуальні приймачі й радіоповідомлення транслювалися через гучномовці, встановлені на вулицях та площах. Після вдосконалення передавальної та приймальної техніки, радіоприймачі з’явилися майже в кожній домівці.

Роль радіомовлення як засобу масової інформації особлива, адже передача інформації здійснюється через звуки людського голосу, музики, шумів, що мають сильний емоційний вплив на слухачів [5]. Радіо здійснює навіювання на людину, тому радіомовлення використовували як засіб масової агітації, пропаганди, для формування громадської думки, впливу на свідомість, почуття та вчинки слухачів. Специфікою радіо є одночасність та всеохоплюваність, тому що його можна слухати в будь-якому місці, воно доступне навіть для безграмотних і дає можливість людині займатися одночасно й іншою діяльністю. Авізуальна за своєю суттю комунікація спонукає дітей та підлітків уявляти те, що відбувається, а це сприяє розвитку абстрактного мислення. Цей виховний аспект надзвичайно важливий, адже величезний потік інформації людина отримує в цьому віці в процесі регулярного навчання через слух.

Радіопередачі поділяють на декілька груп за тематикою (інформаційні, суспільно-політичні, освітні, релігійні, економічні, спортивні, музичні, літературно-драматичні, рекламні, інформаційно-розважальні), за аудиторією, за періодичністю, за методом відображення (мовленнєві, музичні, змішані, ігрові).

Одним з найбільш популярних сьогодні видів ЗМІ, який виступає абсолютним лідером у структурі дозвілля дітей та молоді, є телебачення. Його виникнення пов’язують із першим проектом телевізійної системи Адріано де Пайва (20 лютого 1878 р.). У 1879 р. француз Костянтин Сенлек опублікував опис апарата, названого ним “електроскоп”. Свій внесок у появу телебачення зробили винахідники Дж. Перрі, У. Ейртон, М. Леблан та П. Ніпков. Термін “телебачення” вперше використав К.Д. Перський на міжнародному конгресі в Парижі у 1900 р. [8]. А 11 травня 1907 р. у Санкт-

Петербурзі вчений Б.Л. Розинг винайшов спосіб передавати за допомогою радіоелектронних засобів на певну відстань не тільки звук, а й зображення – виникло телебачення, дослівно “бачення на відстані”. Якщо фотографія та кіно – оптико-хімічні комунікативні засоби, то, на відміну від них, радіо та телебачення – електронні комунікативні засоби. Перші експериментальні телеприймачі з’явилися наприкінці 1930-х рр., а поширюватися вони почали після 1945 р. Майже кожна українська родина сьогодні має вдома телевізор. Соціологічні дослідження доводять, що час перегляду телепрограм підлітками перевищує не тільки час спілкування з батьками, але й (якщо взяти так би мовити середньорічний показник) перебування підлітка у стінах того чи іншого навчального закладу.

Телебачення класифікують за такими параметрами: 1) за способом трансляції (ефірне, супутникове, кабельне); 2) за охопленням аудиторії (загальнонаціональне, міждержавне, регіональне, місцеве); 3) за спеціалізацією програм (загальне та спеціалізоване); 4) за фінансуванням (бюджетне та таке, що самофінансується); 5) за комунікативною моделлю віщання (монологічне, діалогічне, інтеракційне) тощо [7, с. 454].

Щоб продемонструвати специфіку видів ЗМІ, хотілося б навести думку російського письменника Е. Багірова, згідно з якою радіо в оперативних випусках новин повідомляє про те, що відбувається у світі, ввечері влада переходить до телебачення і воно наочно демонструє, як це відбувалося, а наступного ранку газети дають детальний аналіз того, чому це сталося [5, с. 17].

Найбільш молодим видом мас-медіа є мережа Інтернет, історія якої триває з 1958 р., коли у Сполучених Штатах Агенція перспективних дослідних проєктів Міністерства оборони (U.S. Defence Department’s Advanced Research Projects Agency ARPA), почала експерименти з об’єднання комп’ютерів за допомогою телефонних ліній. Мережа ARPAnet стала першоосновою Інтернету, вона була створена для підтримки наукових досліджень у військово-промисловій сфері [1]. У 1968 р. з’явилася перша мережа, подібна до сучасної, що складалася з чотирьох комп’ютерів, а протягом наступних десяти років до цієї мережі приєдналися десятки університетів та інших організацій. У 1982 р. виникла Європейська мережа, до того часу вона існувала лише у США, Канаді та Великій Британії. У 1989 р. фізик Тім Бернерс-Лі у Швейцарії створив у своєму персональному комп’ютері інформаційну базу даних і через телефонний зв’язок відкрив до неї доступ усім бажаючим, що й стало прототипом інформаційної мережі планетарного масштабу. У 1991 р. з’явилася технологія WWW (world wide web) і в тому ж році до мережі Інтернет приєдналася Росія та Україна. За даними соціологічних опитувань, кількість постійних користувачів мережі Інтернет у 2003 р. становила близько 1 млн осіб, тобто близько 2% населення (для порівняння: в Росії на той час показник становив 3%, у країнах ЄС – 36%, США – 76%). Прогнозовані темпи зростання Інтернет-аудиторії в Україні – 40% на рік, це менше, ніж середні темпи зростання мережі у світі (50–55% щороку). За кількістю користувачів мережі Україна посідає 28-ме місце в Європі і 45-те у

світі. До того ж розподіл Інтернет-аудиторії в Україні дуже нерівномірний. За даними мережі Інтернет, на великі міста припадає 2/3 користувачів [1]. Багато сучасних підлітків є прихильниками мережі Інтернет завдяки можливості спілкування, користування колекціями ігор, музики, фільмів, швидкого отримання будь-якої інформації.

Засоби масової інформації перебувають під контролем певних структур (як державних, так і недержавних), безперервно продукують величезну кількість знаків – мільйони слів і тисячі зорових образів, які несуть ідеологічне навантаження, орієнтують величезні аудиторії людей на досить визначене світосприйняття та поведінку. Через ЗМІ здійснюють, передусім, пропагандистський вплив. Але є й інший напрям їх використання – просвітницький вплив, хоча загальний обсяг повідомлень такого спрямування дещо менший.

Висновки. Отже, ЗМІ, як прямо, так і опосередковано, впливають на настрої, думки дітей і підлітків, завдяки мас-медіа вони набувають нових звичок, засвоюють шаблони поведінки тощо. ЗМІ впливають на різні компоненти свідомості людини та її діяльності, особливо на систему цінностей та особистісних смислів людини, яка розвивається. Ця проблема набуває особливого значення в сучасних умовах, коли в суспільстві відбувається активний процес перегляду та трансформації існуючих цінностей, і від діяльності ЗМІ великою мірою залежить формування нового бачення соціальної дійсності. Підлітки в цій ситуації опиняються у вирі цінностей, стандартів, рольових очікувань, які транслюються ЗМІ, школою, батьками, групою однолітків і конфліктують між собою. Саме тому одним із завдань роботи соціального педагога стає формування в дітей та молоді критичного ставлення до засобів масової інформації, що є темою нашого подальшого дослідження.

Література

1. Інтернет : конспект лекцій / [укл. Д.В. Режко]. – Чернівці : Рута, 2000. – 76 с.
2. Кузнецова О.Д. Засоби масової комунікації / О.Д. Кузнецова. – Львів : ПАІС, 2005. – 200 с.
3. Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / Мак-Люэн Маршалл. – К. : Ника-Центр, 2003. – 432 с.
4. Мащенко І.Г. Радіо і телебачення: від джерел – до космічних висот / І.Г. Мащенко. – К. ; Миколаїв : ТЕТРА, 2003. – 416 с.
5. Московцева В.В. Типологія друкованих засобів масової інформації / В.В. Московцева. – Запоріжжя : ЗДУ, 2002. – 44 с.
6. Нечай О.Ф. Основы киноискусства / О.Ф. Нечай. – М. : Просвещение, 1989. – 288 с.
7. Основы теории коммуникации / М.А. Василик, М.С. Вершинин, В.А. Павлов та ін.]. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.
8. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння / Б. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с.
9. Юренев Р.Н. Чудесное окно: краткая история мирового кино / Р.Н. Юренев. – М. : Просвещение, 1983. – 287 с.