

СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

А.А. Огородников, канд. ист. наук, доц.,

Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой, Беларусь

Анализируется процесс становления и развития средств массовой коммуникации в период с изобретения человечеством письменности (около 3500 лет до н. э.) до появления «Всемирной паутины» – Интернет (конец 1980-х гг.). Делается вывод, что в современном мире переплетаются и взаимодействуют разнообразные классические и новые формы средств массовой коммуникации, главенство среди которых однозначно принадлежит сети Интернет.

Ключевые слова: *средства массовой коммуникации, информация, «печатать», книги, газеты, журналы, кино, телевидение, Интернет.*

Исторически можно выделить такие периоды развития массовой коммуникации как: письменный, печатный, визуальный (кино и телевидение), Интернет. Письменный период средств массовой коммуникации в истории человечества условно начался около 3500 лет до н. э. с изобретением техники письма [1, с. 212] и появлением первых рукописных текстов и длился вплоть до так называемой печатной революции в 1450-х годах [2, с. 45]. Процесс создания рукописей автором и последующие их «копирования» путем переписывания, требовали много времени, сил и определенного навыка. Все это закономерно вело к тому, что книги и всевозможные рукописи были не доступны для широких масс, в первую очередь из-за своей дороговизны. Перед возникновением письменности в привычном понимании, люди также умели выражать свои мысли и общаться не вербально, по средствам петроглифов (наскальных рисунков), это были первые формы визуальной коммуникации, при этом совершенно не массовой, а даже единичной.

На распространение письменности, как средства массовой коммуникации, повлияла утилитарная функция письма, а именно возможность ведения повседневной и насущной документации (купля и продажа, судебные тяжбы, имущественное состояние и прочее). Однако все тексты продолжали подробно воспроизводиться вручную, что в свою очередь требовало усилий и времени. Кроме того, высокая цена на «письмо» и неграмотность подавляющего большинства людей, являлись существенной преградой массового распространения книг. Письменное дело продолжало оставаться прерогативой немногочисленной образованной интеллигенции и монашеских орденов.

Кардинальный прорыв в «производстве» книг связан с именем немецкого первопечатника – Иоганна Гуттенберга. Он фигурирует в историографии как изобретатель первого печатного станка [2, с. 48]. При этом стоит отметить, что большинство технологий, необходимых для массовой печати, в частности подвижной литер, были достаточно хорошо известны предшественникам Гуттенберга и даже применялись на практике ранее.

Впервые, массовое воспроизведение средств коммуникации (светских книг, трактатов религиозного характера и т.п.) началось в Китае около 700 г. н. э., где уже использовался метод ксилографической печати (использование оттиска на бумаге с деревянной или металлической печатной формы) [3, с. 103]. Однако стоит отметить, что применение Гуттенбергом

металлического наборного шрифта выгодно разнилось от метода китайских мастеров, тем, что не требовалось создавать оттиски для каждой отдельной страницы, а уже была определенная унификация в создании средств массовой коммуникации. Данное новшество сделало этот процесс быстрее, а значит и эффективнее. Книгопечатание и тем самым широчайшее распространение средств коммуникации в полной мере обязано изобретению «постоянного» наборного шрифта, что и привело к печатной революции в Европе, и в этом процессе непосредственную роль сыграл сам Иоанн Гуттенберг [2, с. 53].

Изобретение Гуттенберга ознаменовало эпоху Просвещения и научной революции, охватившей всю Европу. Религиозные деятели и влиятельная знать обратили взор на печатную прессу, как средство массовой коммуникации и возможность широчайшего распространения идей гуманизма и христианской идеологии, вместе с тем собственных взглядов, убеждений и возможности влияния на широкие массы населения. В 1454 г. в печать вышла широко известная Библия Гуттенберга [4, с. 176], она явилась первой книгой массового производства, которая была не переписана, а создана непосредственно печатным методом. Это ознаменовало собой начало печатного века, который продлился вплоть до середины 1850-х гг. и означало дальнейшее планомерное развитие средств массовой коммуникации. Книги Раннего Нового времени в своем большинстве не были «толстыми» и тем более многотомными в связи с все еще трудоемкостью процесса. Тем не менее, книги уже являлись достаточно распространенным средством коммуникации масс, что вело к значимым социально-культурным преобразованиям.

Всего за пятьдесят лет – в период с 1450 г. и по 1500 г. было опубликовано около 20 млн книг в Европе. На протяжении 1600-х гг. эта цифра кратно увеличилась и составила уже более 200 млн напечатанных книг. Эта цифра была по-настоящему значимой, учитывая тот факт, что население Европы составляло в то время около 78 млн. человек и формально на одного человека приходилось порядка трех печатных книг. Разумеется, такое «распределение» было весьма условным, по причине того, что большая часть людей продолжала оставаться не грамотной. Вместе с тем, все чаще печатались короткие материалы, насыщенные большим количеством красочных картинок, ориентированные на широкие массы, в том числе на малограмотных и даже неграмотных людей. Примером таких книг служат так называемые Бестиарии. Эти ранние издания выглядели как краткий обзор новостей, зачастую крайне искаженных или даже вымышленных. В таких изданиях могли содержаться истории о чудесных исцелениях, мифических чудовищах или фантастических событиях. Постепенно такие публикации трансформировались в то, что мы сегодня воспринимаем новостными газетами и развлекательными журналами [3, с. 111]. Таким образом, печать привела к значительной культурной трансформации масс и большей доступности средств массовой коммуникации.

Повышение уровня грамотности и все большая доступность печатной литературы дали возможность человеку получать информацию, интересовавшую лично его самого, тем самым ощущать определенную «персонификацию данных», отличать себя от других обывателей посредством усвоения новых знаний и самостоятельного вывода из прочитанного текста. Таким образом, разрушалась определенная монополия на знание в лице так называемых «информационных лидеров» – духовенства, немногочисленных светских учителей, образованной элиты общества.

Своеобразной летописью повседневной жизни общества являлись газеты, регулярно освещавшие события, как значимые для государства в целом, так и информировавшие

обывателей о простых светских темах. Газеты явились первыми по-настоящему массовыми средствами коммуникации в сборе и распространении информации об обществе. Первые еженедельные, публиковавшиеся на регулярной основе газеты, появились в Париже (1631 г.), чуть позже в Риме, Мадриде, Флоренции, Лейпциге и других крупных европейских городах. К концу 1700-х г., в развитых европейских городах, таких как Париж и Лондон издавалось около двухсот еженедельных газет [3, с. 112].

Если газеты стали первыми средствами массовой коммуникации, в полном смысле этого слова, о повседневной жизни общества (с огромным тиражом, регулярностью и доступностью), то журналы явились первыми «национальными» средствами массовой коммуникации в Европе на протяжении XVIII и начала XX вв. Журналы содержали информацию исторического характера, о событиях в стране, а также эссе на тему текущих событий в мире в целом. Журналы сохраняли свою значимость вплоть до середины 1900-х гг., но впоследствии не выдержали конкуренции с абсолютно новым и ранее не известным видом массовой коммуникации – телевидением.

В первой половине XX в. произошло столкновение печатных (книги, газеты, журналы) и визуальных форм коммуникации (кино и телевидение), противостояние двух эпох стало переломным периодом в истории средств массовой коммуникации. Распространение печати прошло путь длинной не в одно столетие, в тоже время визуальные средства массовой коммуникации прошли этот путь за считанные годы после своего появления [5, с. 330]. Такой успех был обусловлен легким освоением и усвоением информации широкими массами. Людям пришлось по душе возможность одновременно смотреть и слушать, тем самым насыщаться огромным объемом информации без особых на то навыков и усилий.

Визуальные средства массовой коммуникации приобрели устойчивое влияние на обывателей практически сразу после своего изобретения – кино (начало 1900-х гг.) и телевидение (1930-е гг.). Кино представляет собой динамическую фиксацию отдельных отрезков культуры с возможностью распространения в кратчайшие сроки данной информации на широчайшие массы. В свою очередь телевидение является системой передачи аудиовизуальной информации, воспроизводимой на «голубых» экранах, в форме информационно-развлекательных программ [6, с. 20]. Немногие изобретения человечества могут похвастаться столь широким охватом всех слоев общества. На сегодняшний день телевидение занимает устойчивое второе место по популярности среди средств массовой коммуникации, играет ключевую роль во всех основных сферах современного общества, таких как: политика, маркетинг, развлечение, образование, спорт, искусство и другое.

К началу 1990-х гг. телевидение постепенно начало уступать место главного средства массовой коммуникации. На мировую авансцену вышел Интернет. Интернет не только быстро перехватил пальму первенства влияния на массы, но без преувеличения позволил совершить цифровую революцию. Первоначально Интернет задумывался как средство обмена большими объемами информации по сети [7, с. 28], которую невозможно было прервать, как случайно, так и преднамеренно, среди военных, исследователей, позже и госслужащих.

Повсеместного распространения Интернет достиг не сразу, требовалось пройти тернистый путь становления технологии, с многочисленными доработками и улучшениями. Тем человеком, который сделал Интернет открытым и доступным для масс стал Тим Бернерс-Ли. Это стало возможным благодаря тому, что Бернерс-Ли в 1989 г. создал универсальный язык программирования, который подходил для всех компьютеров в мире. Таким универсальным «ключом» стал протокол передачи гипертекста (HTTP), что позволило создавать электронные

ссылки и активно ими делиться на других компьютерах и серверах. Кроме того, Бернерс-Ли изобрел язык разметки гипертекста (HTML), это дало пользователям возможность создавать онлайн-контент самостоятельно. Также Тим Бернерс-Ли создал первый в мире массовый браузер, который позволил быстро находить информацию в сети. Бернерс-Ли дал «имя» своей новой сети – «Всемирная паутина» (World wide web) [7, с. 127]. Важной составляющей быстрого развития Интернета стало то, что абсолютно все свои изобретения Бернерс-Ли выложил в свободный доступ с возможностью бесплатной адаптации под себя [8, с. 38]. Таким образом, с начала 1990-х годов и по настоящее время Интернет полноправно является новейшим и важнейшим средством массовой коммуникации.

Современный мир представляет собой медиа-насыщенное пространство, в котором причудливо переплетаются разнообразные классические и новые формы средств массовой коммуникации, из которых современный обыватель без труда может получить всю актуальную информацию о динамично изменяющейся ситуации в обществе. Активизация массовой информации началась в период печатной революции в Европе (середина XV века). В процессе развития технологий, продолжалось неумолимое совершенствование средств массовой коммуникации, с переходом от механического к электронному процессу передачи информации (вторая половина XX века). Этот переход знаменовал начало цифровой эры, которая продолжается и по сей день.

Список использованных источников

1. Козлова, Н. В., Касьян А. С., Коряков Ю. Б. Клинопись // Языки мира: Древние реликтовые языки Передней Азии / Институт языкознания РАН; ред. кол.: Н. Н. Казанский, А. А. Кибрик, Ю. Б. Коряков. – М.: Academia, 2010. – С. 197-222.
2. Geldner, F. Die deutschen Inkunabeldrucker. Ein Handbuch der deutschen Buchdrucker des 15. Jahrhunderts nach Druckorten / F. Geldner. – Stuttgart, 1968. – Bd.1. – 310 s.
3. Marshall, T. P. A History of Communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet / T. P. Marshall. Cambridge University Press, 2010. – 337 p.
4. White, E. M. Editio princeps: a history of the Gutenberg Bible / E. M. White. – London: Harvey Miller publ., cop. 2017. – 465 p.
5. Маклюэн, М. Г. Понимание Медиа / М. Г. Маклюэн. М.: Кучково поле, 2014. –464 с.
6. Бхат С. Б. Визуальная коммуникация в социокультурном контексте реальности / С. Б. Бхат // Современная коммуникативистика. 2016. Т. 5. №. 3. – С. 19-23.
7. Леонтьев В. П. Интернет: история, возможности, программы / В. П. Леонтьев. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2008. – 254 с.
8. Березин, С. В. Internet у вас дома / С. В. Березин, С. В. Раков. – М.: СПб: БХВ-Петербург; Изд. 2-е, перераб. и доп., 2018. – 752 с.