

УДК 323:2

Поліщук І.О.

## ПОЛІТИЧНІ МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ: ВІД ВИНИКНЕННЯ ДО КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ

*У статті аналізується складний процес виникнення та еволюції медіа технологій як феномену розвитку людської цивілізації. Наводяться сучасні підходи до інтерпретації медіа технологій, які сформувалися у політичній науці. Робиться висновок про те, що в ході подальшої еволюції засобів масової комунікації значення та роль медіатехнологій у політичному процесі лише зростатиме і вони мають усі шанси зайняти домінуюче положення серед інших політичних технологій.*

*Ключові слова: медіа технології, масові комунікації, політичний процес, інформаційне суспільство, вибори, трансформації.*

УДК 323:2

Полищук И.А.

## ПОЛИТИЧЕСКИЕ МЕДИАТЕХНОЛОГИИ: ОТ ВОЗНИКНОВЕНИЯ К КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ

*В статье анализируется сложный процесс возникновения и эволюции медиа технологий как феномена развития человеческой цивилизации. Приводятся современные подходы к интерпретации медиа технологий, которые сформировались в политической науке. Делается вывод о том, что в ходе дальнейшей эволюции средств массовой коммуникации значение и роль медиатехнологий в политическом процессе будет только возрастать и они имеют все шансы занять доминирующее положение среди других политических технологий.*

*Ключевые слова: медиа технологии, массовые коммуникации, политический процесс, информационное общество, выборы, трансформации.*

UDK 323:2

Igor Polishchuk

## POLITICAL MEDIATECHNOLOGY: FROM ORIGIN TO CONCEPTUALIZATION

*The article examines the complex process of emergence and evolution of media technology as a phenomenon of human civilization. We give modern*

*approaches to the interpretation of media technologies that emerged in political science. It is concluded that during the further evolution of mass communication and the importance mediatehnohiy role in the political process only grow and they have every chance to take a dominant position among the other political technologies.*

*Keywords: media technology, mass communication, political process, information society, elections, transformation.*

Постановка проблеми. Сучасну епоху постіндустріального розвитку дослідники визначають по-різному: одні як «інформаційну», інші як «постмодерністську», треті як період «глобалізації». Наочним є той факт, що ми живемо в світі медіа - розширюється система масових комунікацій, спостерігається «інформаційний вибух», основними прикметами якого є безмежність, мобільність, інтерактивність, оборотність, хаотичність та повсюдність. Прискорюється процес створення єдиного інформаційного простору світу. Невипадково відомий американський політолог Е.Тофлер виділив пріоритет нової влади - влади інформації[1,с. 215].

Глобалізація засобів масової інформації, безсумнівно, сприяє подоланню географічних, економічних, духовних та інших кордонів для поширення текстової, аудіо, візуальної, аудіовізуальної інформації за допомогою технологічних інновацій: комп'ютерних мереж, мобільного зв'язку, каналів кабельного і супутникового телебачення, цифрового кіно, фотографії тощо [2,с. 75].

Двадцятиріччя соціально-політичних трансформацій в Україні продемонструвало помітні результати: країна зробила рішучий крок від тоталітарної системи до цивілізованого суспільства, при цьому очевидно зростання ролі медійних технологій як каталізатора багатьох соціальних процесів, що вплинули на політичний та економічний розвиток нашої країни. Результатом стало формування нового вітчизняного медіасередовища, яке є більш відкритим і демократичним, що дозволило нашому суспільству увійти в інформаційний простір світу. Розширилися міжкультурні контакти: ми активно беремо участь у міжнародних форумах і конференціях, обмінюємося

досвідом у професійній сфері, спілкуємося через Інтернет, маємо можливість подорожувати по всьому світу, підвищувати кваліфікацію за кордоном і т. д.

Розробленість теми в науковій літературі. Сучасні медіа технології відіграють вирішальну роль у трансформаційних соціальних процесах, істотним чином впливають на розвиток інститутів демократії, помітно змінюють виробництво товарів і послуг, створюють принципово нові умови для реалізації громадянських прав і свобод. Поняття «медіатехнології» розглядається багатьма дослідниками як похідне від концепції інформаційного суспільства. Саме у такому контексті цю категорію інтерпретують Д.Бел, Г.Маклюен, А.Турен, Е.Тофлер та ін.

Найчастіше у сучасних політичних дослідженнях медіа технології розуміються у прикладному аспекті та пов'язуються з аналізом масових інформаційних процесів, як наслідок ускладнення та урізноманітнення джерел політичної інформації, збільшення акторів політичної взаємодії, вдосконалення технічного оснащення громадян та владних інституцій. Сьогодні проблеми політизації масових інформаційних процесів і медіатизації політики знайшли своє відображення у працях західних учених, присвячених як загальним питанням політики, так і проблемам впливу мас-медіа на громадську свідомість у період організації й проведення виборчих кампаній. Серед них: Є.Андрунас, Ж.Бодріяр, Дж.Брайнт, Р.Гакет, С.Гантінтон, М.Кастельс, К.Крос, Н.Луман, Р.Мілс, Е. Ноель-Нойман, И.Панарин Т. Уайт, Р. Харріс, П. Шампань, Г.Шиллер.

Плідний внесок у розуміння й осмислення різних аспектів теоретичних і практичних питань діяльності ЗМІ в сучасних умовах представлено працями таких українських авторів як: М.Бабак, В.Бадрак, В.Бебик, О.Ваганова, І. Гаврада, Н.Гармаш, О.Гриценко, С.Демченко, О.Заславська, В.Здоровега, О.Зернецька, М. Каращук, С.Квіт, О.Королько, Н.Костенко, А. Костирев, О.Мамонтова, І.Мащенко, О.Мелешенко, Ю.Мовчан, А.Москаленко, І.Ненов,

С.Онуфрив, Т.Петрив, О.Пронченко, А.Ручка, О.Семченко, О.Соснін, М.Томенко, В.Шкляр, А.Шинкарук, Д.Яковлев.

Методам впливу мас-медіа на електорат приділяють увагу такі відомі автори, як Г.Атаманчук, С.Кара-Мурза, Г.Почепцов, Г. Шиллер та інші.

Мета статті полягає у тому, щоби розкрити основні віхи розвитку медіа технологій та відтворити найбільш впливові концепції у політологічному ракурсі.

Основні положення. Умовно виникнення медіа технологій прийнято пов'язувати з появою писемності. Приблизно у 1750-1670 рр. до нашої ери у Стародавній Греції з'являється лінійна писемність, тобто те, що близько до нашого розуміння письма. Трохи пізніше, в Китаї, активно розвивається писемність за допомогою ієрогліфів, коли практично кожне слово і вираз має свій знак. Алфавіт, тобто писемність за допомогою певної кількості знаків, кожен з яких позначає не слова, а звуки, вперше стали використовувати фінікійці близько 1100 років до н.е. [3, с.12]. Звичайно, всі ці дати досить умовні, тому що алфавіт тоді декретами і постановами уряду не вводився. Наступним етапом розвитку медіа-технологій стала поява паперу. Камінь, глина були дешеві і довговічні, але незручні для письма. Вже в 105 році нашої ери в Китаї з'явився папір, а через 625 років і перша друкарня. У 853 році в Китаї з'явилася перша книга, видрукувана типографським способом. Це був великий крок вперед у розвитку медіа-технологій. Але ієрогліфи не дозволили китайцям довести друкарську технологію до логічного завершення. Кожна сторінка кліше вирізувалася на дерев'яній, (кам'яної) дошці. Тому процес випуску книги був дуже довгим і трудомістким. Крім того, в Китаї було сильне угруповання професійних писарів, які не були зацікавлені у швидкому розвитку друкарської індустрії [3, с.15].

У 1794 році перші повідомлення були передані з Ліля в Париж через

оптичне телеграфу, а в 1837 році з'являється електричний телеграф і відома азбука Морзе. Дуже швидко з допомогою телеграфу навчилися передавати не тільки слова, а й найпростіші малюнки. Однак не можна було передати голос або музику. Вже в 1881 році в США було 400 телефонних станцій і 132 000 абонентів. Майже одночасно з телефоном була розроблена та технологія механічної звукозапису. У 1877 році Едісон в США і Грос у Франції зробили звуковідтворюючий апарат - фонограф. Незабаром Едісон переробив модель фонографа, поставивши замість циліндра плоский диск [4, с.31].

В цей же час розвивалися передумови для появи технології передачі електромагнітного сигналу на відстань без проводів. У 1865 році Фарадей відкрив існування електромагнітних хвиль. Його учень - Максвелл висунув гіпотезу, що "електромагнітні хвилі" переміщуються в просторі. У 1887 році Г.Герц підтвердив цю теорію на конкретних експериментах. І в 1895-96 роках були проведені перші досліди з передачі сигналу без проводів. У західній літературі винахідником телеграфу без проводів вважається англієць італійського походження Марконі. Слід зазначити, що в наступні десятиліття Марконі зберігав монопольне право на виробництво і розповсюдження апаратів телеграфного радіозв'язку. Правда, сигнали передавалися азбукою Морзе, як і по звичайному телеграфу[5, с.47]. Звукове радіомовлення активно стало розвиватися після 1920 року. Піонерами тут були США. У 1928 році більше 578 радіостанцій щоденно виходили в ефір. Перед Великим кризою 1929 року в світі налічувалося понад 10 млн. радіоприймачів.

У 1932 році Ф.Рузвельт, проти якого виступали господарі більшості впливових американських газет, вперше використав радіо для передвиборної боротьби. Зі своєю програмою "Новий курс" він звернувся по радіо до населення Америки. Як відомо, Ф.Рузвельт отримав 57% голосів.

Інший засіб мас-медіа - кіно розвивалося дуже швидко. У США між 1905 і 1909 роком було побудовано більше 10 тис. кінозалів. Можна сказати,

що кіно стало прообразом мультимедіа, особливо після 1927 року, коли воно знайшло звук. Кіно - перший засіб масової інформації, яке заціпало більшу частину населення: у 1930 році, з 122 млн. американців, 95 млн. відвідували кіно раз на тиждень[5, с.47].

Перші електронні телевізійні системи з'явилися в 1937 році. Друга світова війна затримала розвиток телебачення, але в 1947 році в США вже було 30 000 телеприймачів (45000 у Великобританії), а до 1961 року ці цифри зросли до 34,7 млн. і 11,2 млн. відповідно. У 1960 році телевізійні дебати кандидатів у президенти Дж.Кеннеді і Р.Ніксона дивилися 75 млн. американців [6, с.101].

60-ті роки - етап виникнення централізованих комп'ютерів. ЕОМ працювали в університетах, NASA, Пентагоні, великих мультинаціональних компаніях та ін. Більшість населення чуло про існування ЕОМ, але практично з ними не стикалося. Управляти ЕОМ могли тільки спеціально навчені програмісти. Пересічна людина не могла зрозуміти ті терміни і вирази, які з'являлися на екрані комп'ютера. Але восени 1971 року у виробництві ЕОМ починається нова ера. Всесвітньо відома сьогодні фірма Intel виробляє свій перший мікропроцесор під номером 4004. Через два роки вона ж випускає на ринок процесор 8008. Ед Робертс, колишній інженер ВВС, розробляє конструкцію першого персонального комп'ютера Altair[8, с.87].

У 1975 році студент-математик Білл Гейтс навчався у Гарварді. В одному з журналів він прочитав про випуск першої персональної ЕОМ Altair. Він кидає заняття математикою і створює фірму, яка виробляє програми для персональних ЕОМ. Компанія Microsoft швидко стає світовим лідером в цьому напрямку.

С.Джобс і С.Возняк про праву вважаються одними з авторів технологічної революції. С.Возняк працював інженером на фірмі Hewlet-

Packard. С.Джобс займався маркетингом. Удвох в 1977 році вони здійснили нову революцію в комп'ютерній галузі. На ринок була випущена ЕОМ Apple II. Вона була не дуже потужна, не найдешевша (1298 \$). Але тут була вбудована клавіатура, звукові колонки, кольорова графіка і, найголовніше, цей комп'ютер був зрозумілий неспеціалістам. У 1979 році було продано 35 тис. Apple II. Компанія досягла обороту в 1 млрд. доларів в 1982 році, увійшла до числа 500 найбільших підприємств США через 5 років після свого створення. Тоді це був рекорд. З кінця 70-х років Apple Computer в секторі освіти контролював до 60% комп'ютерного ринку США[7, с.101].

Сьогодні деякі дослідники відзначають, що епоха персональних комп'ютерів починає закінчуватися. Повідомляється, що багато компаній ведуть розробку, а в 1996 році на ринку з'явилися Network Computer (NC) - перші моделі мережевих комп'ютерів.

Інформаційне суспільство ґрунтується на універсальній, миттєвій інформації, яка перетворює всі сфери індустріального суспільства. Сучасні засоби зберігання, переробки і передачі інформації дозволяють зберігати і миттєво передавати в будь-який час, в будь-яке місце і кожному індивіду будь-який обсяг і будь-який вид інформації. Гігантський обсяг інформації, що циркулює в сучасному суспільстві, якісно нові галузі інформації, що освоюються новітніми інтелектуальними технологіями (включаючи генетичну інформацію), - всім цим сучасна людина, використовуючи новітні засоби комунікації, може ефективно оперувати. Причому інформація вперше виступає не в якості соціальної пам'яті в книгах, а як дієва інформація в комп'ютерах і мікропроцесорах, здатна реалізувати саму себе, вести діалог з самою собою (наприклад, діалог «машина – машина»). Прихід в комунікаційний процес абсолютно нових засобів накопичення і передачі інформації створює якісно іншу інформаційну середовище. Глобальна мережа Інтернет дозволяє мільйонам користувачів комп'ютерів підключитися до світової інформаційної структури, що означає демократизацію людських

зв'язків, коли кожен може заявити про свої ідеї і інтереси. В результаті формується єдиний, глобальний комунікативний простір. Соціальна комунікація, таким чином, є невіддільною від безперервного процесу виробництва і відтворення інформації. Інформаційна система - важливий засіб управління комунікаційними процесами. Вона допомагає людям розібратися в складних і різноманітних явищах і процесах суспільного життя, сприяє виробленню самостійної орієнтації, без якої неможливе формування світогляду. Без інформаційного обміну немає комунікації, тому що суб'єкт комунікації втрачає можливість доводити свої рішення до об'єкта управління і отримувати відповідні сигнали і повідомлення. Тому інформаційні компоненти є елементами змісту всякої комунікаційної системи. Сучасне суспільство збільшується в розмірах і стає все більш складним, арена спілкування все більше підпадає під вплив засобів масової комунікації - радіо, телебачення, газет, журналів та комп'ютеризованих банків даних. Термін «засоби масової комунікації» (ЗМК) означає всю систему комунікаційних процесів сьогодення, на відміну від терміна «засоби масової інформації» (ЗМІ), який означає лише традиційний набір - телебачення, радіо, преса. Процес комунікації в ЗМК носить двосторонній характер, у той час як у ЗМІ - це, в основному, односпрямований, односторонній процес. Метою засобів масової комунікації, таким чином, є встановлення зворотного зв'язку, а метою засобів масової інформації - донесення повідомлення до комуніканта. Засоби масової комунікації, таким чином, стають важливим механізмом управління сучасним суспільством і мають ряд чітко визначених функцій.

Глобальні трансформації сучасного комунікативного простору, становлення інформаційного суспільства визначають необхідність нового рівня політико-методологічного осмислення поняття «комунікація». Подальший розвиток суспільства багатьма західними філософами визначається як глобальний процес переходу до інформаційно-техногенної цивілізації, що вимагає нової форми комунікації.



Різноманітними є також і підходи до дослідження комунікаційних процесів. Ще в минулому столітті в Америці та країнах Західної Європи було чимало спроб дослідити головні закономірності поширення інформації в суспільстві. Можна виділити два напрямки досліджень масової комунікації на Заході: європейський та американський. Перший напрямок було презентовано переважно філософами, предметом студій яких були питання „масового суспільства”. Представники цієї школи – іспанець Х. Ортега-і-Гассет, француз Г. Лебон та їхні послідовники – розглядали засоби масової комунікації як інструменти, що забезпечують об’єднання чи роз’єднання натовпу, як один із елементів масового суспільства.

Другий напрямок презентовано американською школою, якій була властива орієнтація на емпіричні дослідження. Одним із перших дослідників масової комунікації в США був відомий журналіст і політичний оглядач У. Ліппман. Він досліджував діяльність мас-медіа як певний вид пропаганди. Суттєвим кроком у розвитку цієї галузі наукового знання були дослідження, присвячені проведенню виборів і конструюванню політичного простору.

На думку Д.Бела, в інформаційному суспільстві інформація є тим фундаментальним соціальним фактом, який лежить в основі соціальної та економічної реальності. Він вважає, що інформація і теоретичне знання стають стратегічними ресурсами постіндустріального суспільства [9, с.33]. Інформація та знання, таким чином, стають вирішальними факторами постіндустріального суспільства. І, як зазначає Е.Тофлер, «інформаційне суспільство кидає виклик людині, її здатності жити у зовсім новому соціальному середовищі, її творчим і моральним силам, здатності до нового типу соціальної комунікації, породжує різноманітні форми самоврядування» [1, с.47]. Інформаційні технології, нові комунікації долають крайності централізації, концентрації, характерні для індустріального суспільства. Комунікаційні мережі дозволяють будь-якому ланці виробництва самостійно

встановлювати прямі горизонтальні і функціональні зв'язки, минаючи посередництво верхніх бюрократизованих ланок індустріальних ієрархій. Як відзначає Е.Тофлер, інформаційна революція створює суперсимволічну економіку, замінюючи металеві та паперові гроші кредитними картками, електронними грошима на екрані або в пам'яті комп'ютера. Також індивідуалізованої, гнучкою, що спирається на комп'ютери та універсальні комунікаційні засоби, стає система освіти[10, с.45]. Праця із засобу створення речей перетворюється у вплив людей один на одного і на інформацію і в зворотній вплив інформації на людину. Виникає новий тип працівника - творча особистість, яка поєднує ініціативу, знання, здатність втілити ідею в життя.

Підбиваючи підсумки, можна сказати, що до середини ХХ століття були закладені основні камені у фундамент майбутньої будівлі новітніх комунікаційних технологій. В результаті розвитку технологій друку, кіно, телебачення і радіомовлення знання, інформація, культура стали доступні найширшим верствам населення. Але для появи справді революційних змін у технологіях засобів масової комунікації необхідно було зробити ще один великий крок. І їм стала поява комп'ютерів.

Глобальний процес зміни носіїв інформації і форм інформаційного обміну, викликаний поширенням сучасних інформаційних і телекомунікаційних технологій, став фундаментальним фактором, що кардинально змінює соціально-політичну ситуацію. Новітні інформаційні та комунікаційні технології часто виступають як головна сила соціальних перетворень. Використання високорозвинених засобів комунікації змушує переосмислити традиційні уявлення про демократію відповідно до реалій ХХІ ст. Чим більше інформації використовує система управління, тим більш інформаційним стає суспільство. Проте це в свою чергу веде до поширення інформатики в політичному житті, а отже, – до маніпулювання інформацією до того, як вона з'являється у ЗМІ.

В ході подальшої еволюції засобів масової комунікації значення та роль медіатехнологій у політичному процесі лише зростатиме і вони мають усі шанси зайняти домінуюче положення серед інших політичних технологій.

Перспективним напрямом подальших досліджень є вивчення медіа технологій у контексті розвитку нових технічних засобів соціальної комунікації.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Тоффлер Э. Метаморфозы власти/ Э.Тоффлер. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2001.- 800 с.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть/ Ж.Бодрийяр. — М.: Добросвет, 2000.- 360 с.
3. Артановский С.Н. На перекрестке идей и цивилизаций/ С. Н. Артановский— СПб.: Питер, 1994.- 235 с.
4. Вайсфельд И.В. Эволюция экрана, эволюция восприятия/ И.В. Вайсфельд //Специалист. – 1993.- № 5.- С. 27-33.
5. Головкин Б. Информационный менеджмент массовой коммуникации/ Б.Головкин. — М.: Прогресс, 2005.- 215 с.
6. Жабский М. Кино в современном обществе/ М.Жабский, К.Тарасов, Ю.Фохт-Бабушкин — М.: Знание, 2000.- 125 с.
7. Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть/ Е.Г.Дьякова. — Екатеринбург: Изд-во «Урал», 2002.- 217 с.
8. Луман Н. Реальность массмедиа/ Н.Луман. — М.: Символ, 2005.- 321 с.
9. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество/ Дэниел Белл. — Москва: Академия, 1999. – 432 с.
10. Тоффлер Э. Третья волна. Американская модель: с будущим в конфликте/ Э.Тоффлер. М.: Прогресс, 1984.- 323 с.