

ПОНИМАНИЕ КНИГИ В КОНТЕКСТЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О МЕДИА

© 2024 Н.А. Берсенин

*Берсенин Николай Александрович, аспирант, преподаватель кафедры культурологии
и библиотечно-информационных ресурсов*

E-mail: nikolaibersenin5876@mail.ru

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарёва
Саранск, Россия

Статья поступила в редакцию 25.10.2024

Статья представляет собой анализ феномена книги и форм ее существования, что в большей степени лежит в области книговедения. Однако на современном этапе активного внедрения цифровых технологий как в производство, так и социальные отношения возникают новые практики, вытесняющие привычные текстоцентричные каналы передачи сообщений. В условиях медиатизации культуры возникает потребность в изучении книжной коммуникации в текущий момент. Книга представляет собой упорядоченный массив текста, обладающий смысловым наполнением, целью которого является трансляция сообщения от автора путем установления отложенной коммуникации с читателем. В современных реалиях развития медиа появляются новые способы информационного обмена, происходит превалирование аудиовизуальных форматов над текстовыми. Исследуя работы М. Маклюэна в изучении роли медиа при развитии человека и культуры, следует выделить многозначность данного понятия. В данной статье представлены результаты опроса граждан и сделаны выводы о положении книги в срезе других медиа. Главный вывод представленного исследования: настоящее место книги среди всех возможных медиа четко не определено ни в научной литературе, ни в общественном сознании, однако печатная основа и электронный аналог со своими специфическими характеристиками, согласно проведенному опросу, находятся на близких позициях их понимания в контексте медиа.

Ключевые слова: книжная культура, медиа, книжная коммуникация, текст, медиалогический подход
DOI: 10.37313/2413-9645-2024-26-98-87-92
EDN: NLGQDA

Введение. Книга в истории развития цивилизации имеет одно из ключевых значений. На протяжении всей истории, пройдя путь от рукописных фолиантов до первых печатных экземпляров и современных технологий для ее создания, книга представляет собой формализованную память человечества. Она отражает актуальную социокультурную ситуацию, этап развития научной мысли и технологического прогресса в хронотопе ее бытования. Роль книги в вопросах преемственности поколений трудно переоценить.

Медиаальный поворот в сторону технических средств обеспечил многообразие способов коммуникационного взаимодействия. Так, в массовое использование вошли аудиальные, визуальные и аудиовизуальные форматы сообщений, а также их прямое транслирование в медиасфере. Такой скачок в возможностях обмена сообщениями, средствах фиксации различного рода информации способствовал переменам в отношении общества к тексту, чтению и книге.

Медиатизация книжной культуры повлекла за собой трансформацию книги, появление новых

книжных форматов, изменения в трансляции читательского опыта, а также переосмысление подходов к ее созданию и распространению в обществе.

Методы исследования. Для изучения места книги среди наиболее востребованных на данный момент медиа необходимо провести анализ действующих смыслов, связанных с медиа и книгой в научной периодике. В настоящее время активно разрабатывается медиалогический подход к интерпретации книжной культуры, поэтому его применение в данной работе необходимо для детальной проработки вопроса.

Посредством метода опроса и анализа полученных результатов выявлена наиболее употребительная дефиниция понятия «медиа», которая позволяет сделать вывод о расхождении научной теории и социальной интерпретации. Такое отличие усложняет положение книги как «явления культуры, средства коммуникации и распространения информации в печатной и электронной формах» в сравнении с другими медиа [4, с. 8].

История вопроса. Проблемное поле изучения книги лежит в книговедении. Однако исследователи все чаще обращаются к междисциплинарному подходу для толкования книги как феномена. Рассматривая книжную культуру как структуру, В.И. Васильев определяет роль книги как «потребителя достижений науки, культуры и образования», при этом она же выступает «барометром культуры общества, его духовности, источник знаний и прогресса» [3, с. 19]. Перенимая достижения общества, книга трансформируется и начинает адаптироваться под новые реалии. Так, под влиянием современных технологий возникают новые коммуникационные практики, которые становятся предметом изучения исследователей. Все чаще в научной литературе наблюдается обращение авторов к медиалогическому подходу для понимания книги, книжности и книжной культуры, где ключевой становится связь «автор – письмо – текст – чтение – читатель», в системе «нового книговедения» [8, с. 47].

Помимо Д.А. Эльяшевича и В.А. Мутьева, большой вклад в развитие медиалогического подхода вносят работы И.В. Лизуновой, С.В. Павленко, С.В. Козлова и М.Г. Вохрышевой. В частности, книга рассматривается в соотношении с другими медиа «как медиум, обеспечивающий циркуляцию экстернализованных смыслов, запечатленных в текстах и облеченных в ту или иную материальную форму» [5, с. 73]. Эти работы лежат в междисциплинарном поле и отражают новые тенденции в изучении книжной культуры, выходящие за пределы классического книговедения.

В зарубежной литературе также актуальным направлением исследований книги является изучение новых реалий ее существования. В «постцифровой издательской парадигме» происходят трансформации «практик издания, чтения и обсуждения книг», что влияет на регулирование данной сферы [12, с. 3]. Помимо этого, объектом внимания становится чтение как акт, олицетворяющий частную жизнь. Информация о покупке книг конкретным человеком ранее никогда не выходила за пределы книжного магазина. Современные цифровые технологии позволяют использовать оставшуюся до недавнего времени скрытой информацию о читательских предпочтениях в коммерческих целях напрямую не связанной с чтением [10, с. 520-521].

Результаты исследования. Эпоха цифрового развития привнесла глобальные изменения в

коммуникационный опыт социума. Современные практики в области применения информационных технологий в отношении всех процессов человеческого существования и адаптация данных процессов под новые условия коснулись и книжной культуры.

На протяжении сотен лет с момента возникновения письменности и первых печатных станков книга выступала одним из ведущих способов фиксации информации для дальнейшего потребления. Однако доля книжной коммуникации в системе обмена информацией на данный момент не столь велика, как было ранее.

Книга есть средство коммуникации и представляет собой материальное выражение информации. Только в случае использования книги с целью чтения можно говорить о совершении коммуникации. В свою очередь, идет активное развитие иных каналов коммуникации, зачастую менее затратных в плане восприятия и обладающих низкими требованиями к пониманию содержания послания и конкурирующих с текстовыми форматами за внимание общественности. На фоне информационного перепроизводства книги начали уступать позиции новым форматам.

Канадский исследователь М. Маклюэн обозначил коммуникацию детерминирующим фактором социальной трансформации, начиная с дописьменного периода человеческой цивилизации до эпохи электронной коммуникации XX в. Как следствие, выделяется дописьменный, письменный, печатный и электронный этапы развития культуры [7]. В каждый из этих этапов применялись и развивались свои медиа для взаимодействия друг с другом и окружающим миром, при этом не вытесняя другие. Они сосуществуют и в данный момент. В их число входят невербальное общение, устная речь, письменность, печать, электронные и цифровые коммуникации и прочие формы взаимодействия. В эпоху цифровых трансформаций превалирование технологий подобного рода отражает состояние современной культуры, находящейся в условиях медиального поворота.

Книжная культура как результат предшествующих медийных трансформаций в настоящее время также претерпевает изменения и адаптирует новые медиумы под собственные процессы. Книга как ключевой элемент данной структуры в медийном контексте «меняет свою физическую природу: формат, способы фиксации, воспроизводства и репродуцируемости в зависимости от

коммуникационных потребностей, технологических возможностей и пространственно-временных характеристик (хронотопа) социума» [6, с. 15]. Текст является главным средством выражения через книжную коммуникацию. Обладая специфическим способом фиксации информации, книга предъявляет требования к человеку в виде умений читать и осмысливать прочитанное, для чего необходимо применять некоторые усилия. Поэтому способности индивида обращаться с текстом определяет успешность книги в качестве медиума.

Не столько важна материальная компонента книги, сколько ее коммуникативные возможности. А. Баллаторе и С. Натале рассматривают печатный или электронный носитель как вторичное по отношению к роли книги как носителя информации и культурной формы [9, с. 2385]. При этом отмечается небольшое преимущество печатного варианта в понимании сюжета, знаний о печати и увеличении словарного запаса у детей дошкольного возраста в процессе чтения [11, с. 244].

Массовое погружение общества в цифровое пространство формирует положение открытости всех и каждого к общению, о чем говорит Д.А. Божедаров, формулируя «модель пионера», т. е. актора, проявляющего «сиюминутную готовность участия в медиакоммуникационном сетевом процессе» [1, с. 71]. Коммерческий потенциал данного феномена и рост пользовательских запросов в сторону упрощения заставляют генераторов цифровой среды все больше приближать подобный формат к симулякризации реальности посредством цифровых технологий, тем самым все больше стирая границы между действиями реальными и виртуальными. В свою очередь текст должен соотноситься с умственными способностями человека в плане понимания и интерпретации прочитанного. Исходя из этого следует говорить о синкретизме информации и коммуникации как единстве материального и идеального.

Наиболее полно подобную взаимосвязь отражает понятие «медиа». Его этимология происходит из латинского языка в значении «средний», «посредник». Зачастую медиа интерпретируют в контексте средств массовой информации (СМИ) либо средства массовой коммуникации (СМК). Сведение феномена медиа только к коммуникации или только к информации не отражает комплекса современной проблемной ситуации.

Традиционные медиа, в число которых входят произведения печати, представляются как сообще-

ния, передающееся в одном направлении, зачастую на массовую среднестатистическую аудиторию. В свою очередь новые медиа, пришедшие в конце XX в., расширили возможности коммуникации, предоставив функции интеракции. Так, смена каналов порождает большое число возможных источников информации. Разнообразие выбора способов удовлетворения информационных потребностей создает конкуренцию среди создателей подобной продукции, тем самым побуждая авторов и издателей к поиску различных методов привлечения потенциальных читателей.

Большое значение имеет интерес общества к феномену книги и его восприятию в контексте других медиумов. Доминирующими концептами в представлении медиа является массовость или приспособленность сообщения быть понятым каждым и применения новых технологий фиксации и представления информации. В такой интерпретации книга в умы многих не вписывается. Во-первых, она теряет свою популярность, чему свидетельствует спад читательской активности в библиотеках, а также малый тираж большинства изданий на печатном носителе, и закрепляет за собой ярлык «особости». Во-вторых, появление альтернативных способов представления информации оказывает вытесняющее действие на книгу как средство проведения досуга, источника информации и прочих первоочередных задач.

Анализируя историю развития способов коммуникации от дописьменных способов коммуникации, затем вербализации сообщения и до современных аудиовизуальных технологий, можно сделать вывод о том, что первостепенной задачей становится не рассказать, а показать, т.е. визуализировать вербальное содержание текстов. Экранизация книг, визуальное сопровождение лекций, графическое наполнение печатной продукции и т.п. является дополнением к объяснению написанного. Можно поразмышлять о возвращении в догутенберговскую эпоху, задолго до появления печати, где любой коммуникационный акт составляли только звук и изображение. Такой тип контента воспринимается быстрее и эффективней, но не каждую информацию можно преподнести через такие каналы. Развитие гуманитарного знания, сложность его преобразования в визуальный материал с дальнейшим единым интерпретированием вызывает сложности.

Для обозначения всей совокупности медиа существуют множественные дефиниции. В отечественной практике данные понятия строятся на приписывании части «медиа» к другим словам,

что причисляет их к иной категории. Медиакультура, медиaprостранство, медиасреда, медиасфера, медиаграмотность – лишь малая часть встречающихся терминов. Однако следует обратить внимание, что в профессиональном медиа-сообществе данные понятия зачастую не имеют четких границ. Как отмечает в своей работе М.А. Буряк, по отношению к понятию медиасфера нет единого мнения среди специалистов, работающих в медиаиндустрии. При этом можно определить два подхода, где первый – это «пространство информации в целом», а второй – «совокупность всех медиа» [2, с. 206-207]. Такая неоднозначность в понятийном аппарате создает поле для субъективности и предвзятости не только со стороны экспертов, но и со стороны простых пользователей, что представляет собой проблемное поле для определения места книги в системе медиа.

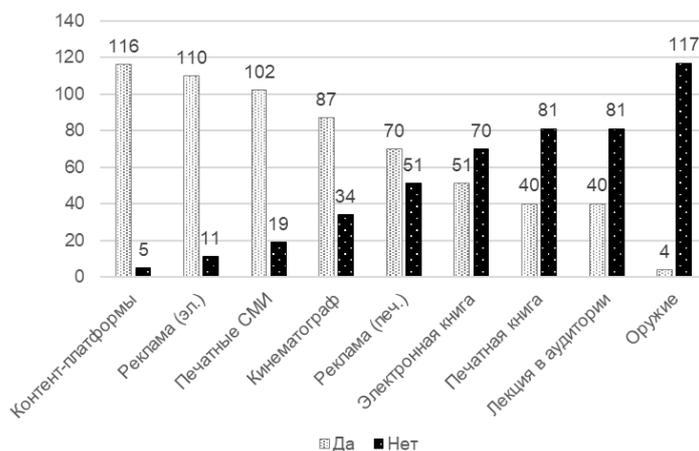
Чтобы упорядочить представления о книге в обществе, мы провели опрос. Цель – выявить точку зрения общественности в понимании медиа путем отнесения того или иного явления к данной категории. Для этого была сформирована

анкета, состоящая из 14 закрытых дихотомических вопросов (да/нет). Участники отвечали на поставленные вопросы на платформе Google Форма. Ссылка для прохождения распространялась среди студентов института национальной культуры Мордовского государственного университета посредством социальных сетей, а также через публикацию в группе ВКонтакте с аудиторией более 100 тыс. подписчиков для более широкого охвата. В опросе приняли участие 121 респондент, 106 (86,6%) из которых были женщины, а 15 (12,4%) мужчины. Возрастная категория участников начинается от 18 лет и разделена на 4 группы:

- от 18 до 22 лет – 76 участников, что составило 62,8% от числа всех опрошенных. Среди них 6 мужчин и 70 женщин;
- от 23 до 30 лет – 41 участник – это 33,9% от всего количества опрошенных. Среди них 8 мужчин и 33 женщины;
- от 31 до 45 лет – 3 участника (2,5%), 2 женщины и 1 мужчина;
- от 45 и старше – 1 женщина (0,8%).

Профессиональная сфера респондентов не имеет отношения к медиаиндустрии. Результаты опроса представлены на рисунке 1.

Рис. 1. Результаты опроса «Является ли ... медиа?» (Results of the survey «Is ... media?»)



Исходя из полученных результатов печатная книга и её электронный аналог для большинства не являются медиа, а основной акцент в представлении медиа сделан на массовости (СМИ и реклама на традиционных и цифровых носителях), а также на цифровых и электронных средствах передачи информации (телевидение, интернет, контент-платформы и т. д.). Проводя качественный анализ анкет, можно сделать вывод о

нераспространенности научного понимания медиа, однако 2 ответа соответствуют положениям М. Маклюэна. Следует отметить, что один из участников в комментарии отразил научную трактовку медиа как средства, респондент также сходится во мнении, что современное понимание медиа зачастую связывают с массовой информацией и коммуникацией, что и отразил в своем ответе на вопросы анкеты. Подавляющее большинство понимают под медиа распространение через

электронные и цифровые каналы коммуникации сообщений, рассчитанных на неопределенный круг получателей, что соответствует массовому восприятию данного феномена. Из всех опрошенных только 30 человек отнесли к медиа и печатную, и электронную книгу. В других случаях только один из двух приведенных примеров был интерпретирован как средство.

Подводя итог результатам опроса, можно сделать вывод, что популярное представление о медиа основывается на массовом распространении информации с ориентацией на широкое восприятие. Однако, сравнивая результаты опроса по способам распространения информации на печатных и электронных носителях, следует указать, что электронная основа является доминирующей в понимании медиа. Такие явления, как контент-платформы (в т. ч. социальные сети и видеохостинги), реклама на радио, телевидении и в интернете, т.е. на электронных и цифровых каналах коммуникации, набрали более 90%. Печатные СМИ набрали почти 85%, что отражает представления о медиа как массовом феномене, при этом печатная реклама на листовках, баннерах и т.п. является медиа лишь для 57,9% респондентов, тогда как кинематограф – это медиа для

71,9% опрошенных. По результатам опроса, книга не является медиа как в печатном варианте (66,9%), так и в электронном эквиваленте (57,9%), тогда как в научной теории книга – одно из первых медиа, которое имеет массовый характер, отражаемый в экзemplарности и тиражируемости.

Вывод. Книга неоспоримо считается одним из главных достижений культуры. Изобретение книгопечатания как один из медиальных поворотов человечества сделало данный способ коммуникации доступней людям, обладающим определенным набором навыков для ее восприятия. Современное состояние технологического прогресса обеспечивает общество иными способами коммуникации, которые вытесняют книгу как главный источник информации. Место книги среди всех средств медиа не определено однозначно. В научном сообществе по исследованию медиа, в основе которого лежат труды М. Маклюэна, книга стоит наряду с телевидением и интернетом, тогда как в обществе книга зачастую теряет свой статус в контексте медиа, на что указывают результаты опроса. Поэтому одной из ключевых задач на данном этапе следует считать анализ таких аналогов традиционной книги, как электронные книги, аудиокниги и иные форматы.

1. Божедаров, Д. А. Медиакультура и современные вызовы в парадигме сетевой коммуникации // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. – 2023. – Т. 25. – № 93. – С. 69-74.
2. Буряк, М. А. Медиафера: концептуализация понятия // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2014. – № 2. – С. 200-212.
3. Васильев, В. И. Книжная культура в отечественной истории: теоретические и историко-книговедческие аспекты (XVIII- начало XXI в.) : 05.23.03 Библиотечковедение, библиографоведение и книговедение : 07.02.00 Отечественная история : диссертация в виде научного доклада на соискание ученой степени доктора исторических наук / В. И. Васильев; Московский государственный университет печати. – Москва, 2005. – 100 с.
4. Вохрышева, М. Г. Книга в системе медиа // Библиосфера. – 2020. – № 1. – С. 5-11.
5. Козлов, С. В., Лизунова, И. В. О медиалогическом понимании концепта «книжная культура» // Библиосфера. – 2024. – № 1. – С. 65-75.
6. Лизунова, И. В., Павленко, С. В. Трансформация книги в условиях медийных революций // Библиосфера. – 2020. – № 1. – С. 12-23.
7. Маклюэн, М. Г. Понимание медиа: внешние расширения человека [Электронный ресурс] / пер. с англ. В. Г. Николаева. – URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3528> (дата обращения 20.09.2024).
8. Эльяшевич, Д. А., Мутьев, В. А. Новое книговедение: взгляд в будущее // Библиосфера. – 2021. – № 1. – С. 43-53.
9. Ballatore, A., Natale, S. E-readers and the death of the book: or, new media and the myth of the disappearing medium // *New Media & Society*. – 2016. – Vol. 18. – No 10. – P. 2379-2394.
10. Davis, M. E-books in the global information economy // *European Journal of Cultural Studies*. – 2015. – Vol. 18. – No 4-5. – P. 514-529.
11. Kozminsky E., Asher-Sadon, R. Media type influences preschooler's literacy development: E-book versus printed book reading // *Interdisciplinary Journal of E-Learning and Learning Objects*. – 2013. – No 9. – P. 231-245.
12. Weber, M., Dane, A. The conventions and regulation of book culture // *Australian Humanities Review*. – 2020. – No 66. – P. 1-9.

UNDERSTANDING THE BOOK IN THE CONTEXT OF MEDIA REPRESENTATIONS

*Nikolay A. Bersenin, postgraduate, Lecturer of the Department of Cultural Studies and Library
and Information Resources*

E-mail: nikolaibersenin5876@mail.ru

*National Research Ogarev Mordovia State University
Saransk, Russia*

The article is devoted to the consideration of the phenomenon of the book and its forms of existence, which to a greater extent lies in the field of book studies. However, at the present stage of active introduction of digital technologies both in production and social relations, new practices arise that displace the usual text-centered channels of message transmission. With the mediatization of culture, there is a need to study book communication in the present moment. A book is an ordered array of text with semantic content, the purpose of which is to broadcast a message from the author by establishing a delayed communication with the reader. In the modern realities of media development, new ways of information exchange appear, audiovisual formats prevail over textual ones. Studying the works of M. McLuhan in the study of the role of media in the development of man and culture, it is necessary to emphasize the multiple meanings of this concept. The paper presents the results of the survey and draws conclusions about the position of the book in the cross-section of other media. The real place of the book among all possible media is not clearly defined neither in the scientific literature nor in the public consciousness, but the printed basis and the electronic analog with its specific characteristics, according to the survey, are in close positions of their understanding in the context of media.

Key words: book culture, media, book communication, text, medialogical approach

DOI: 10.37313/2413-9645-2024-26-98-87-92

EDN: NLGQDA

1. Bozhedarov, D. A. Mediakultura i sovremennyye vyzovy v paradigme setevoy kommunikatsii (Media culture and modern challenges in the paradigm of network communication) // *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiyskoy akademii nauk. Sotsialnyye. gumanitarnyye. mediko-biologicheskiye nauki.* – 2023. – Т. 25. – № 93. – С. 69-74.
2. Buryak, M. A. Mediasfera: kontseptualizatsiya ponyatiya (Mediasphere: conceptualisation of term) // *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya. Vostokovedeniye. Zhurnalistika.* – 2014. – № 2. – С. 200-212.
3. Vasilyev, V. I. Knizhnaya kultura v otechestvennoy istorii: teoreticheskiye i istoriko-knigovedcheskiye aspekty (XVIII- nachalo XXI v.) (Book culture in Russian History: theoretical and historical aspects of book studies (XVIII- early XXI century)): 05.23.03 Bibliotekovedeniye. bibliografovedeniye i knigovedeniye: 07.02.00 Otechestvennaya istoriya: dissertatsiya v vide nauchnogo doklada na soiskaniye uchenoy stepeni doktora istoricheskikh nauk / V. I. Vasilyev; Moskovskiy gosudarstvennyy universitet pechati. – М., 2005. – 100 s.
4. Vokhrisheva, M. G. Kniga v sisteme media (Book in the media system) // *Bibliosfera.* – 2020. – № 1. – С. 5-11.
5. Kozlov, S. V., Lizunova, I. V. O medialogicheskom ponimani kontsepta «knizhnaya kultura» (About the medialogical understanding of the concept of «book culture») // *Bibliosfera.* – 2024. – № 1. – С. 65-75.
6. Lizunova, I. V., Pavlenko, S. V. Transformatsiya knigi v usloviyakh mediynykh revolyutsiy (The book transformations in the context of media revolutions) // *Bibliosfera.* – 2020. – № 1. – С. 12-23.
7. McLuhan, M. Ponimaniye media: vneshniye rasshireniya cheloveka (Understanding media: the extensions of man) [Elektronnyy resurs] / per. s angl. V. G. Nikolayeva. – URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3528> (data obrashcheniya 20.09.2024).
8. Eliashevich, D. A., Mutyev, V. A. Novoye knigovedeniye: vzglyad v budushcheye (New book science: a look into the future) // *Bibliosfera.* – 2021. – № 1. – С. 43-53.
9. Ballatore, A., Natale, S. E-readers and the death of the book: or, new media and the myth of the disappearing medium // *New Media & Society.* – 2016. – Vol. 18. – No 10. – P. 2379-2394.
10. Davis, M. E-books in the global information economy // *European Journal of Cultural Studies.* – 2015. – Vol. 18. – No 4-5. – P. 514-529.
11. Kozminsky E., Asher-Sadon, R. Media type influences preschooler's literacy development: E-book versus printed book reading // *Interdisciplinary Journal of E-Learning and Learning Objects.* – 2013. – No 9. – P. 231-245.
12. Weber, M., Dane, A. The conventions and regulation of book culture // *Australian Humanities Review.* – 2020. – No 66. – P. 1-9.