

Функціонування книги як феномена в сучасному цифровому медіасередовищі

У статті розглядається зміна конструктивних форм книги в історичному розвитку від таблички до електронного варіанта, характеризується електронна книга, її види, переваги, недоліки та формати, вказується на деякі особливості сучасного видавничого ринку, сформульовано основні аспекти функціонування книги як феномена в сучасному цифровому медіасередовищі.

Ключові слова: книга, комунікативна революція, цифрові медіа, цифрові технології, гіпертекст, табличка, сувій, кодекс, електронна книга.

Вступ. З кінця ХХ ст. доля друкованої книги викликала бурхливі дебати та різноманітні прогнози не тільки у зацікавлених осіб, що працюють у книжковій галузі, чи авторів книг, а й у політиків, соціологів, діячів культури та мистецтва. Виробництво паперових книг скорочується, а медіаринок дедалі більше урізноманітнюється та бурхливо розвивається. Ми стаємо свідками та учасниками чергового повороту в інтелектуальній історії людства. Але щоб зрозуміти суть цього повороту та з'ясувати для себе його обставини, необхідно проаналізувати особливості функціонування книги у сучасному цифровому світі.

Методами нашого дослідження є робота з документами, емпіричні методи, аналіз та синтез, метод аналогії та прогнозів.

Результати й обговорення. Але спочатку невеликий екскурс у розвиток книги як матеріального об'єкта в інтелектуальному та культурному житті людства.

Усне мовлення характеризує діяльність другої сигнальної системи, тобто безпосередньо, з самого початку має справу зі знаками – складною абстрактною символічною системою. Слабким місцем усного мовлення є обмеженість людської пам'яті. При зростанні інформаційного потоку обсяги переданої інформації від людини до людини обмежуються можливостями короткострокової пам'яті людського мозку. До певного моменту можна було вчити напам'ять «Махабхарату», «Поему про Гільгамеша» чи поеми Гомера, але це лише демонструє реальні кордони пам'яті. Письмова мова здатна замахнутися на набагато більші обсяги інформації, оскільки межі пам'яті тут зовсім інші. Запам'ятовує у такому випадку не людина, а матеріал – камінь, пергамент, папір. Те, що можна знати і при цьому не потрібно пам'ятати, стало текстом.

Усне слово (фонетичний знак), звернуте до сусіда по комунікації, організовує соціальний простір людини. В арсеналі смислів у побутової, буденної мови є все необхідне для інтерактивної соціальної взаємодії. Цікаве починається тоді,

коли відбувається побудова релігійної чи культурної картини світу, відбувається розширення соціального і політичного простору, які вже не могли формуватися й існувати без підтримки письмово тексту, а усна мова для «підсилення голосу» та його точного поширення змушена була використовувати письмову свою версію. Наприклад, феномен трагедії Софокла «Цар Едіп» полягає саме у засадничій різниці між усним та писемним символічними просторами: усні медіа не здатні породжувати відлуння емоцій та почуттів через покоління, але за допомогою письмового запису вони можуть оживати.

На зорі історії писемної культури зафіксоване слово було потрібне для кількох базових життєвих ситуацій: для священного (канонізованого) тексту, для незмінності та стандартизації культури, для фіксації господарських розрахунків (вавилонські таблички), для розповіді (інформаційне повідомлення). Звичайно, ці відомості могли передаватися з вуст в уста, як і раніше, але їх автори перейнялися проблемою віддаленості (територіальної чи часової) й адресували свої повідомлення або віддаленим адресатам, або далеким предкам [1; 2].

Зовнішня форма книги доволі мінлива в часі; вона була тісно пов'язана та зумовлювалась рівнем промислового виробництва, який, своєю чергою, залежав від способу виробництва матеріальних благ, відповідними йому технікою й технологією, еволюцією книжкового матеріалу (камінь, глина, папірус, береста, папір), а також процесом розвитку письма та його структурними особливостями (порядком розташування знаків, їх накресленням та ін.). Найменш схильною до змін була конструкція книги. У своєму становленні та розвитку книга пройшла лише кілька етапів, змінила кілька конструктивних форм: *табличка* з природного матеріалу (глина, дерево, береста, кістка тварини, лист пальми тощо), *сувій*, згорнута в рулон стрічка з природного матеріалу (шовк, папірус, пергамент у перші століття свого існування), та *кодекс*, сукупність пластин пергаменту чи аркушів паперу, поєднаних у блок [3; 4].



Вважаємо, що в основі успіху книги як засобу комунікативного процесу лежить перехід людства від усномовної комунікації до комунікації письмової, по своїй суті візуальної. Якщо основою першої комунікації був голос, то другої – око, візуальне конструювання та сприйняття символічних систем. Щоб цей перехід відбувся, були необхідні три комунікативні революції. Сенсом першої було винайдення усної мови, друга полягала в переведенні голосової мови, звукових символів у візуально-символічний ряд, тобто у винаході того чи того виду письма. Третя революція пов'язана з книгодрукуванням, з технологією механічного множення написаного. А четверта, електронна, яка відбувається нині, – це перехід у нову, електронну, якість [5].

Комунікаційна революція є революцією комунікаційних каналів, а не власне нових медіа. Цифра порівняно з аналоговими носіями різко підвищує цінність каналів, які, по-перше, стають здатними пов'язувати різні медіа між собою, створюючи крос-медійний простір, по-друге, спроможні передавати гігантські обсяги інформації [6]. Медійний шар культури облітає учасників комунікації з ніг до голови, замикаючи їх у комунікаційне коло. Властивість самодостатності медіа Н. Луман позначив поняттям «вторинного спостереження», що підноситься над первинним спостереженням реальності [7]. Те саме мали на увазі французькі постмодерністи, зокрема Ж. Батай, вводячи поняття симулякра як медіасередовища, що повністю затуляє безпосередню реальність [8].

Літера візуально фіксувала звук. Візуалізація комунікації за допомогою писемності зруйнувала порядок безпосереднього сприйняття інформації та відкрила комунікацію опосередковану, обмежену цілим комплексом правил розумового мислення. Письмо створило свій простір комунікації, монополізувавши галузь передачі знань, впровадивши свої, значущі тільки в цьому просторі, категорії мислення. У цьому інтелектуальному просторі стали можливими наука, література, історія та багато іншого, що пов'язується з поняттям «культура».

«Епоха Гутенберга» додала один важливий елемент до письмового слова. Воно почало вбирати в себе творче самовираження автора. Письмове слово стало притулком індивідуальності, вимагало публічного самовираження. Це слово поступово стало протиставляти себе усному слову.

Письмове слово весь час свого існування вело безуспішну боротьбу за верховенство з усним словом. Усне слово як беззаперечний складник увійшло у письмове слово, стало знаком для «озвучування промови за запитом» (за гіпотезою «внутрішнього мовлення» Л. Виготського, людина не може читати, внутрішньо не вимовляючи прочитане [9]). Слово, втілене у письмі, надавало сказаному і почутому вічності, властивості предмета-повідомлення.

Індустріальна епоха принесла письмовому слову повновладдя. Нова епоха, нічого не змінивши в процесі підготовки повідомлення, створила принципово нові технології сприйняття тексту на відстані, радикально розширила можливості його транслявання.

Але саме в індустріальну епоху письмове слово зіткнулося зі своєю абстрактністю. Письмове слово, протиставляючи себе усному та користуючись монополією на трансляцію смислів, стало ототожнювати себе з мисленням, з мудрістю людства. Так постала ілюзія, яку розвіяло ХХ ст.

Нові медіа, засновані на комп'ютерній техніці, були включені в простір культури не через значущість свого винаходу (згадаймо долю винаходу друкарства в Китайській імперії за чотириста років до винаходу Гутенберга!). Електронні медіа відкрили нові комунікативні світи у мові, дії, зображенні, відтворенні побаченого тощо. Стало можливим запам'ятовувати і передавати не тільки знаки і смислові образи, але й елементи реального життя. З'явилася можливість спростити повідомлення, відмовившись від традиційних символів та кодів, від значної абстракції, що передбачається друкованим словом. Повідомлення можна було переносити не фізично, на сторінках, а безпосередньо і миттєво передавати у нових кодах. По суті все це підтверджувало повернення до первісної сили безпосереднього повідомлення, до усного слова.

Цифрова епоха принесла в культуру принципово нову можливість – можливість комбінувати образи і тексти. Це не тільки розширило мову мультимедіа, а й збагатило комунікацію архітектурою гіпертекстової побудови символічного простору. Якщо усне слово у своїй знаковій природі посилалося на певну ситуацію чи предмет, а письмове було лише посиланням на усне слово, то гіпертекст пішов далі. Він оперує знаками, які посилаються на цілі тексти. Таким чином, гіпертекст виходить на абстрагування, так би мовити, третього рівня.

Нездатність письмового тексту вбирати інші тексти означає нездатність лише лінійного (паперового) письма йти «у глибину». Якщо подібна здатність почасти була притаманна читанню завдяки різноманітним тропам (алюзії, алегорії тощо), які відсилають пам'ять та свідомість реципієнта до того чи того тексту або явища, то гіпертекст не просто вказує, а й відтворює цілі тексти. Цифрова епоха упредметнила, втілила схему цього семіотичного процесу в життя, коли під час читання тексту завжди можна звернутися до змісту імен, коли уживані у тексті слова отримують нову глибину, стають здатними виступити як імена імен, знаки знаків. Текст набуває нової фактури, демонструючи здатність людської свідомості до нового рівня абстрагування, до нових масштабів пам'яті.

Електронні комунікаційні технології відкрили можливості запису та відтворення звуків і



музики, голосу, візуальних театралізованих образів і прямого відеоспостереження. Електронні імітації образів звільнили людину від темниці слова, в яку вона потрапила ще в часи Гутенберга. Увірвавшись на арену суспільного ринку, цифрові технології стали стрімко відбирати у друкованого слова інформаційний ринок, поступово витісняючи книгу і паперові ЗМІ.

Нові медіа створюють нові практики і нову інфраструктуру змістоутворення. Залежно від попиту на слово збережеться попит на книгу. Але цілий спектр ніш, в яких книга не спроможна зберегти своєї ексклюзивності й монополії, перейде до нових медіа. Ставка винятково на електронну книгу, як нещодавно – на аудіокнигу, безглузда, якщо відсутнє саме споживання книги, її читання. Ще правильніше б сприймати книгу у фокусі крос-медійності, де книга слугувала б елементом загального медійного простору.

В новоутвореному цифровому медіасередовищі слід відзначити низку процесів, які несуть у собі загрозу не письмовому слову взагалі, а носіям цього слова, тобто паперу. З певного моменту повсякденна письмова комунікація стала переходити в простір електронної пошти та коротких мобільних sms-повідомлень. Разом з використанням для створення текстів комп'ютера, мультимедіа, інтернету текстовий потік переходить на електронні носії, залишивши паперу функцію «останньої ланки» – фінальної роздруковки для зручності читання редактором. Схвильована громадськість заговорила про занепад читання, типографісти – про зникнення паперової книги, видавництва захвилювалися про долю книжкової культури. Чи справді нові цифрові медіа несуть загрозу існуванню книзі і де їй шукати своє місце в цій новій культурі, якщо перехід до електронного простору для неї неминучий?

Наприкінці ХХ ст. у вжиток увійшло нове поняття – «електронна книга», чи «e-book» (електронна версія паперової книги у певному форматі, що зручно читається на комп'ютері). На нашу думку, електронна книга є черговою конструктивною формою книги, в якій носієм інформації є електронний пристрій, пристосований (наприклад, телефон) чи спеціалізований. Поява та стрімке поширення нової форми книги викликали велику кількість суперечок про місце електронної книги в житті суспільства і заміну нею традиційного кодексу [10].

Електронна книга має різні види: електронні підручники, електронні довідники, електронні путівники тощо. Основними властивостями електронної книги є компактність (у сучасному цифровому пристрої можна одночасно зберігати тисячі електронних книг); швидкий пошук (функції електронного каталогу, посилань усередині документа і пошук потрібної інформації значно спрощують роботу з книгами); збереження (сучасні носії інформації мають чималі об'єм пам'яті та дозволяють робити резервні ко-

пії електронної бібліотеки, які можна зберігати в кількох місцях, що практично унеможливило ризик втрати цінної інформації); конфіденційність (особливо важливі документи за допомогою технологій шифрування, електронних підписів і ключів можна захистити чи обмежити доступ до них); зручність роботи (фрагменти з електронної книги можна модифікувати, вставляти в інші електронні документи).

Перспектив розвитку електронної книги чимало. При виборі пристрою для тих чи тих потреб, найчастіше навчальних, необхідно враховувати такі параметри: розміри та тип екрану (роздільна здатність повинна бути достатньо великою, щоб відображати дрібні деталі та не спотворювати шрифт при масштабуванні); наявність антиблікового покриття, великий кут зору, можливість регулювання контрастності та яскравості, колір фону; тачскрин (сенсорний екран, що дає змогу мінімізувати кількість кнопок на пристрої, підвищуючи його ергономічність. Сенсорний екран дає можливість використовувати словник для читання книжок нерідною мовою чи виділяти частини тексту для конспектування); вага та габарити; локалізація (наявність кирилических шрифтів); формати та конвертація (з найпоширеніших програмних середовищ).

Основними перевагами електронної книги порівняно з традиційною є: невеликий обсяг (на комп'ютері можна тримати десятки і сотні тисяч книг); можливість пошуку у тексті; функція швидко змінити гарнітуру і шрифт; можливість прослухати текст; змога читати тексти навіть при поганому освітленні; низька вартість.

Недоліки електронної книги: потенційна несумісність з новим апаратним та програмним забезпеченням; очі втомлюються від екрану пристрою; низька роздільна здатність багатьох пристроїв; час роботи батареї електронної книги обмежений; складно перенести в електронну форму паперові видання з великою кількістю ілюстрацій (картини, фотоальбоми, географічні карти тощо).

У мережі електронні книги поширюються у файлах різних форматів, зокрема простий текст (plain text), текстові з оформленням – HTML, відкритий формат електронної книги Electronic Publication (.epub), OPF FlipBook, OpenDocument, SGML, XML, FictionBook (.fb2), TeX, PDF, Microsoft HTMLHelp (.chm), eReader (.lit), PostScript (.ps, .eps), ExeBook, Mobipocket (.prc) тощо; графічні растрові – TIFF, JPEG, DjVu та ін.; мультимедіакниги – SWF, EXE, мультимедіакнига, аудіокнига тощо; книги у форматі java-мідлетів для мобільних пристроїв, таких як сотові телефони з підтримкою java (J2ME), КПК. Файли деяких форматів (OpenDocument, FictionBook, PostScript, PDF, MS Word DOC тощо), крім тексту, можуть мати ще й растрові чи векторні зображення. Мультимедіа сучасних



електронних книг мають також кілька каналів сприйняття: звуко-музичний, зображально-динамічний (фото та галереї) та інтерактивно-ментальний.

Спробуємо сформулювати основні аспекти функціонування книги як феномена в сучасному цифровому медіасередовищі:

1. Активно відбувається заміна видавничої моделі, як і моделі споживача (читача). Традиційним є те, що книги збираються (в особисті чи публічні бібліотеки); що ставлячи книгу на полицю, споживач мислить як власник; що книга купується як предмет, а не як інформація; що наклад книги обмежений і тому вона, як будь-який товар, є дефіцитною. Електронна книга не є товаром, тому вона не є дефіцитною. Її не візьмеш додому, не помилуєшся як власністю. Тепер вже немає сенсу збирати колекції, оскільки електронна книга завжди доступна. Її не треба купувати «собі додому», адже вона використовується одразу, коли буде потрібна.

2. Відбувається зміна в інституті традиційного видавничого бізнесу, бо в цифровому середовищі виникає велика кількість псевдовидавничих інститутів, які створюються програмістами. Прагнучи вирішити основні видавничі проблеми суто технічно, вони створюють платформи для «автовидавництва» (Web 2.0), якими може користуватися будь-хто – як автори, так і пірати. Ці платформи здатні в інтернет-середовищі збирати необхідну, часто дуже значну цільову аудиторію. За допомогою автоматизованих алгоритмів вони організують фільтрацію, оформлення, використання контенту.

3. Оскільки інфраструктурні витрати вкрай низькі, творці подібних платформ роблять ці сервіси безкоштовними і таким чином виводять контент, що міститься в них, зі сфери комерційного використання. Внаслідок цього у цифровому середовищі виникають дві видавничі площини з контентом, що часто пересікається. Більше того, в сегменті Web 2.0 часто немає відмінностей між легальним і нелегальним контентом. Тому багато інститутів, що підтримували традиційний інформаційний ринок (інтелектуальна власність, ринковий обмін, дистрибуторські мережі), більше не працюють або працюють зовсім інакше.

4. У новому медійному просторі гостро постає питання про інтелектуальну власність, про забезпечення комерційного видавничого контенту. Адже за відсутності роботи ринкових механізмів власності мотивація учасників медіасередовища кардинальним чином змінюється, бо раніше видавнича робота велася за моделлю традиційного ринку виробництва й обміну товарною продукцією. Інформаційні продукти перестають бути товаром і стають елементами комунікації, повідомленнями. В умовах, коли видавець не може контролювати продукт, який розійшовся медіаканалами, поняття інтелектуальної власності щодо видавничої

продукції стає дуже умовним. Водночас ексклюзивність доступу є ключовим критерієм роботи інституту авторських прав.

5. Традиційно видавничий ринок домагався введення режиму захисту авторських прав на нові продукти, що успішно існували в умовах інформаційного ринку. Революція цифрових каналів примножує канали, контроль за якими неможливий, а встигнути брати участь у них теж немислимо. Більше того, чим більше видавець втягується в логіку мережевої дистрибуції, тим швидше він втрачає ексклюзивність та свою «ринкову» якість.

6. Основна проблема видавців у нових цифрових умовах пов'язана з тим, що комунікаційні обміни інформацією важко трансформувати в обмін товарами, в угоди купівлі-продажу. Те, що користувач не ототожнює комунікативний обмін з товарним обміном, є причиною того, що він не вважає злочином отримання (скачування) комерційної інформації. Сьогодні цифрові канали дають у найоптимістичнішому випадку в десятки разів менше доходів, ніж потрібно для видавничого процесу. Простим зменшенням традиційних продажів та збільшенням цифрових ситуацію також не змінити. Потрібні комплексні зміни і в цінній політиці, і в характері продукту, і, головне, в організації інформаційного середовища.

7. Видавничий ринок є різноманітним, переважно малотиражним унаслідок того, що на ньому пропонувався «невеликий товар», що створювався індивідуальним автором і продавався індивідуальним видавцем. Паперова книга через свої фізичні особливості передбачала ринок, подібний до ринку невеликих масових творів мистецтва – ринку творів гончара, різьбяр, коваля, перукаря, художника. Ринок електронної книги заснований уже не на книзі, а на базі даних (електронній бібліотеці). Без бібліотеки, без доступу до різноманіття книжкового електронного контенту, електронна книга неповноцінна. Ідеальна модель існування електронної книги – єдиний простір книжкового інформаційного контенту, в якому завжди в будь-якій точці землі, без обмежень, можна знайти і прочитати будь-яку книгу.

Висновки щодо майбутнього традиційної, паперової книги доволі невтішні. Ми є свідками, учасниками переходу книги з однієї конструктивної форми (кодекс) в іншу (електронний вигляд). Ситуація складна, бо абсолютно відсутня правова та законодавча база, відсутній досвід подібних змін; замінюється видавнича модель; змінюється інститут традиційного видавничого бізнесу; інститути, які забезпечували традиційний ринок інформації (інтелектуальна власність, ринковий обмін, дистрибуторські мережі), не працюють; гостро стоїть питання про інтелектуальну власність на електронну книгу; актуальним стало питання захисту авторських прав на нові інформаційні продукти; електронна книга отримала новий простір для свого існування – ін-



тернет, в якому завжди в будь-якій точці землі, без обмежень, можна знайти і прочитати будь-яку книгу; цифрові медіа дають в десятки разів менше доходів, ніж потрібно для видавничого процесу. Потрібні комплексні зміни і в ціновій політиці, і в характері продукту, і, головне, в організації інформаційного середовища.

1. Гельб И. Е. Опыт изучения письма / И. Е. Гельб. – М. : Радуга, 1982. – 366 с.
2. Дандамаев М. А. Вавилонские писцы / М. А. Дандамаев. – М. : Наука, 1983. – 242 с.
3. Немировский Е. Л. Книга / Е. Л. Немировский // Библиотечная энциклопедия. – М. : Изд-во «Пашков дом», 2007. – С. 493–495.
4. Полтавская Е. И. Что содержит в себе понятие «книга» / Е. И. Полтавская // Библиотека. – 2008. – № 11. – С. 20–23.
5. Маршал Мак-Люэн. Галактика Гуттенберга. Сотворение человека печатной культуры / Мак-Люэн Маршал. – К. : Ника-центр, 2004. – 432 с.

6. Вуль В. А. Электронные издания: учеб. пособ. / В. А. Вуль. – С.Пб : БХВ –Петербург, 2003. – 560 с.
7. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории [Электронный ресурс]. – URL: http://yanko.lib.ru/books/sociology/luman-soc+sist_ocherk-2007-1984-a.htm (25.09.2014).
8. Батай Ж. Внутренний опыт / Ж. Батай. – С.Пб, 1997.
9. Выготский Л. С. Мышление и речь / Л. С. Выготский. – М. : Лабиринт, 1996.
10. Информационные технологии в книжном бизнесе [Электронный ресурс]. – URL: <http://bookresearch.ru/> (25.09.2014).
11. Авторское право в электронном пространстве // Книжная индустрия. – 2010. – № 4 (76). – С. 7–10.
12. Теремко В. Стратегічні виклики друкованої культури в електронну еру / В. Теремко // Вісник Книжкової палати України. – 2011. – № 5. – С. 14–18.
13. Теремко В. Стратегічні випробування електронною книжністю / В. Теремко // Вісник Книжкової палати України. – 2011. – № 4. – С. 10–14.

Подано до редакції 10. 09. 2014 р.

Blyznyuk Andriy. The functioning of the book as a phenomenon in today's digital media environment.

The article deals with the changes of the constructional forms of the book in historical development from the tablet to the electronic version, the e-book is characterized, its types, advantages, disadvantages and formats, some peculiarities of the contemporary publishing market are indicated, the basic aspects of functioning of the book as a phenomenon in today's digital media environment are formulated.

Keywords: book, communicative revolution, digital media, digital technologies, hypertext, tablet, roll, codex, e-book.

Близнюк А. С. Функционирование книги как феномена в современной цифровой медиасреде.

В статье рассматривается изменение конструктивных форм книги в историческом развитии от таблички до электронного варианта, характеризуется электронная книга, её виды, преимущества, недостатки и форматы, указывается на некоторые особенности современного издательского рынка, сформулированы основные аспекты функционирования книги как феномена в современной цифровой медиасреде.

Ключевые слова: книга, коммуникативная революция, цифровые медиа, цифровые технологии, гипертекст, табличка, сувой, кодекс, электронная книга.