

КНИГА І КНИЖКОВИЙ БІЗНЕС:
СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ТА РИНКОВИЙ АСПЕКТИ

УДК 002.2:316.77

В. А. Маркова

Харківська державна академія культури

**КНИГА В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНОГО
ПІДХОДУ: ЗДОБУТКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Подано стислий огляд основних етапів вивчення соціально-комунікативної природи книги. Обґрунтовується необхідність проведення міждисциплінарного дослідження книги як феномена соціальної комунікації.

In the article the brief review of the basic stages of analysis of social-communicative book's essence is presented. An importance of the inter-disciplinary research of book as a social-communicative phenomenon is based.

На сьогоднішній день теорія комунікації є однією з найвпливовіших міждисциплінарних теорій, що застосовується в самих різних галузях науки, як точних так і гуманітарних. В українську мову слово «комунікація» прийшло з західноєвропейських мов. Воно має латинське походження (communicatio — «повідомлення, передача», що пов'язане з дієсловом communico — «роблю спільним, повідомляю, з'єдную», похідним від communis — «спільний») [11, с. 545]. У сучасній українській мові слово «комунікація» вживається у трьох значеннях: 1) шляхи сполучення, лінії зв'язку; 2) обмін інформацією; 3) те саме, що спілкування [4, с. 446]. Причому значення «обмін інформацією» з'явилося лише в останніх виданнях тлумачного словника. Якщо ж звернутися до сучасного слововживання цього поняття, то перед нами предстане ціле віяло значень. Як цілком слушно зауважив відомий американський теоретик з комунікаційних досліджень Джон Дарем Пітерс: «Комунікацію» привласнили політики й бюрократи, технологи і терапевти, всі вони бажають продемонструвати свою правоту у питаннях комунікації — через це популярність цієї ідеї переважає її виразність і точність» [17, с. 15]. До речі, на матеріалі англійської мови він нараховує вживання слова «комунікація» уже у шести значеннях. У певній мірі це стосується й української мови. Подібний універсалізм не може не викликати настороженості, адже з позиції комунікації зараз розглядаються самі різноманітні явища, і кількість теорій комунікації невпинно зростає.

У цьому контексті розгляд книги як соціально-комунікативного явища має цілковите алібі — це не данина моді, а лише спроба розібратися з перебігом дослідження такої простої на перший погляд, і такої складної при більш пильному погляді, проблеми. Уже в діалозі Платона «Федр», який можна вва-

жати першим науковим джерелом з теорії комунікації, відзначається, хоча й у негативному сенсі, комунікативна природа письмово фіксованого слова («Кожен раз написаний твір мандрує то сюди, то туди...» (275, E). А уже з пітетом англійський філософ і церковний діяч XII ст. Іоанн Солсберійський зазначає: «Плоди словесної науки милі нам у багатьох відношеннях, і більше всього у тому, що, відмінюючи усю докучність просторових та часових відстаней, вони дають нам виключну можливість насолоджуватися присутністю друзів і не допускати, щоб речі, які гідні пізнання, погубило забуття» [3, с. 105]. Водночас О. А. Гречихін у передмові до видання праць відомого російського книгознавця М. М. Куфаєва констатує той факт, що «на жаль, подібне широке тлумачення книги на основі її головної соціальної функції — способу спілкування — і до цього часу не отримало належного визнання» [8, с. 50]. Можливо, послідовний аналіз наукових концепцій книги як соціально-комунікативного феномена, причому зроблений у контексті розвитку комунікаційних ідей у суспільній думці XX ст., дозволить знайти причини такої парадоксальної ситуації й окреслити подальші дії у її вирішенні. Саме це і є метою даної публікації.

До речі, таку ж парадоксальну ситуацію з дослідженням феномена комунікації взагалі констатує Д. Д. Пітерс: «Хоча ще в античну епоху Аристотель нарік людські істоти «тваринами, що говорять», тільки з кінця XIX ст. ми почали визначати себе через нашу здатність спілкуватися (налагоджувати комунікацію) одне з одним» [17, с. 10]. У 1909 р. відомий американський соціолог Кулі у своїй праці «Соціальна організація» визначив комунікацію як «механізм, за допомогою якого існують і розвиваються взаємини між людьми — всі символи свідомості разом із засобами їх передачі у просторі й збереженні у часі. Вони включають у себе вираз обличчя, позу і жест, тембр голосу, слова, письмо, друк, залізниця, телеграфи, телефони і все, чого ще пізніше може бути досягнуто у завоюванні простору і часу» [17, с. 287]. Дане визначення наголошує на спорідненості різних сенсів слова «комунікація», виводячи як ознаку, що об'єднує всі ці різноманітні явища, ігнорування плоті. Саме про цю спорідненість не слід забувати й при розгляді книги як феномена комунікації.

20-ті рр. XX ст. — роки буму на розробку комунікаційної проблематики (її досліджували філософи і соціологи, проблемою зриву комунікації переймалися письменники і художники) — збіглися зі зльотом книгознавчої думки у Радянському Союзі. О. М. Ловягін у своїй праці «Основи книгознавства» (1926 р.) визначив книгу як «зряддя спілкування» [15, с. 3]. Але найбільш докладної розробки ця теза отримала у праці М. М. Куфаєва «Книга у процесі спілкування» (1927 р.). Куфаєвим книга розглядається як єдність духовного й матеріального, індивідуального й соціального. Автор у процесі творчості для передачі свого досвіду користується словом — продуктом соціальним, тобто він повинен заради індивідуального подолати соціальне. Але, як тільки «слово стає плоттю», воно вже належить не тільки автору, а й читачеві:

індивідуальне зливається з соціальним. Читач, у свою чергу, щоб повноцінно спілкуватися з автором, повинен подолати своє, соціальне, і тоді йому відкриється індивідуальність автора. Водночас, «перемагаючи «своє» для розуміння «чужого», він (читач) ні в якій мірі не вбиває своєї індивідуальності, а навпаки, через торкання з думкою автора й через установаження спілкування з ним збагачує себе, свою особистість» [14, с. 137]. Краще донести думку автора до читача допомагають елементи матеріального втілення книги: «книжна графіка, почерк письма, архітектурність шрифту, випуклість чи втисненість — скульптурність книжних стовпців і сторінок, матеріал книги з кольором паперу, з гладкою, блискучою або матовою, шершавою поверхнею, тут грає роль курсивний або корпусний шрифт, нормаль чи петит, сюди входять ілюстрації тексту і змісту та у відповідності до цього музика і ритміка самого слова книги» [14, с. 139]. Візуальні елементи книги Куфаєв називає жєстами, тобто як під час розмови слово доповнюється мімікою і жєстами, так і письмове слово стає більш виразним завдяки наявності візуальних елементів. Таким чином, автор, читач і друкар роблять спільну справу, тобто здійснюють спілкування. Зрозумілим є те, що автор прагне донести свої думки до читача, але розуміння в смислі тотожності думки автора та читача є неможливим. Тобто автор шукає не тотожності, а лише спілкування. Слід ураховувати й той факт, що книга є явищем соціальним, і автор має змогу спілкування з читачами як у просторі, так і у часі. «Повне вираження думки можливе тільки в історії, повне сприйняття книги — тільки в процесі історичного спілкування людей» [14, с. 152]. Таким чином, у праці Куфаєва можна виділити схему комунікаційного процесу: те, про що бажає сказати автор (референція, якщо вдаватися до термінології сучасної літературної теорії), долає непрозорість слова, яке стараннями тих, хто причетний до створення книги, приймає матеріальну форму і має сприйматися читачем. У цій схемі присутній і зворотній зв'язок: «Долаючи «своє» для збагнення «чужого» і збагнув «чуже», чужі слова і думки, читач на подальшому етапі реагує на це чуже, схвалює, не схвалює, хвилюється чи прагне і пр., — таким чином, у результаті, дає автору свою повнозвучну чи малозвучну відповідь, що й буде реакцією читача на книгу» [14, с. 134]. Спілкування розглянуто Куфаєвим як у суспільному модусі (суспільство-автор, суспільство-читач), так і в індивідуальному (автокомунікація автора, автокомунікація читача). Таким чином, М. М. Куфаєвим були закладені основні підвалини до розгляду книги як феномена соціальної комунікації. Та сталося так, що сам автор був звинувачений в ідеалізмі, а його праця на довгі десятиріччя стала бібліографічною рідкістю, і повернулася до читачів завдяки перевиданню тільки в 2004 р.

Знову ж книгознавство повернулося до цієї проблематики вже в 60-70-ті рр., і пов'язано це було з новим імпульсом у розвитку комунікаційних штудій. Якщо у 20-ті рр. не робилося різниці між міжособистими та масовими комунікаціями, то в 30-ті рр. на Заході з'являються дослідження щодо соціального впливу

«мас-медіа». А з появою теорії інформації (до речі, спочатку вона називалася теорією комунікації) інформаційний дискурс став притаманним більшості наук: «комунікація виявилася концепцією, здатною поєднати природничі науки (ДНК як великий код), «вільні мистецтва» (мова як комунікація) і соціальні науки (комунікація як базовий соціальний процес)» [17, с. 35].

У Радянському Союзі означені процеси з ідеологічних причин проходили дещо з запізненням. Реабілітація теорії інформації збіглася з поверненням із забуття ще раніше «репресованого» книгознавства: почав видаватися збірник «Книга: Дослідження і матеріали» (1959 р.), відбулися дві дискусії з проблем радянського книгознавства (1959 р.; 1964 р.), регулярно стали проводитися всесоюзні наукові конференції, було підготовлено цілий ряд фундаментальних праць з історії книги та різних галузей книжної справи. «Друге народження» книгознавства проходило під знаком самовизначення свого статусу серед інших наук комунікаційного циклу, насамперед інформатики, бо з появою «безбумажної» комунікації вперше було поставлено під сумнів подальше існування книги й науки про неї. Окрім того, розповсюдження засобів масової інформації, і насамперед, телебачення, що стало могутнім конкурентом книги, поставило питання про необхідність обґрунтування її комунікативних переваг [5, 19]. Також серед фахівців стало дискутуватися питання, чи можна вважати книгу засобом масової інформації і розглядати її з підходів теорії масової інформації [12]. Єдиної думки з цього питання не існує і на сьогоднішній день, водночас ні у кого з книгознавців не викликає заперечення необхідність розгляду проблеми співвідношення книги і засобів масової інформації [10, с. 37].

У 70-90-ті рр. найбільш плідно соціально-комунікативна природа книги розглядалась у працях співробітників Московського поліграфічного інституту: О. А. Гречихіна (у зв'язку з проблемою типології видань), А. О. Беловицької (під час побудови теорії загального книгознавства), С. П. Омилянчука (розглядаючи книгу і книжкову справу в комунікаційному процесі спілкування). О. А. Гречихін комунікативну природу книги виводить із діяльнісної обумовленості соціального спілкування: «Книга — це явище, насамперед, соціально-історичне, становище якого обумовлено певним способом виробництва, цілеспрямованою діяльністю людини, суспільства. Ця цілеспрямована суспільна діяльність і створює необхідні передумови для формування в системі суспільної діяльності особливого компоненту її — соціального спілкування» [7, с. 29]. Саме з огляду на виробничу обумовленість спілкування А. А. Гречихін виділяє три основних етапи становлення книги — словесність, писемність і книгодрукування, і вважає головним еволюційним механізмом, що спричиняє перехід від одного етапу до іншого саме «недостатність способу соціального спілкування», тобто комунікативну обмеженість того чи іншого способу в соціально-історичних умовах, що вже змінилися. Споріднені погляди на природу книги ми знаходимо й у працях А. О. Беловицької: «сутність книги як об'єктивного

явища соціальної дійсності полягає у тому, що вона представляє собою одну з форм способу перетворення, організації виробу індивідуальної свідомості у виріб суспільної свідомості, тобто є однією з форм способу соціальної комунікації» [2, с. 146]. Як бачимо, таке розуміння природи книги бере свій початок у 20-ті рр., а в 70-ті воно реанімується та дещо оновлюється з позицій, з одного боку, інформаційної теорії щодо структури комунікації, з іншого боку, марксистських поглядів на природу взаємовідносин матеріального й духовного, суспільних виробництва та свідомості. Такий підхід є правомірним, але водночас й обмеженим.

Слід зазначити, що в близькій інтерпретації соціально-комунікативна природа книги відображена і в енциклопедії «Книга» (1999 р.), де вона визначається як одна з форм «існування й розповсюдження семантичної інформації, способом організації твору індивідуальної свідомості у знакову систему для сприйняття її суспільною свідомістю» [13, с. 299]. Таким чином, з опорою на традиції вітчизняного книгознавства 20-х рр. у працях книгознавців 70-90-х рр. книга розглядається як спосіб соціальної комунікації (спілкування).

Ще однією важливою віхою у дослідженні комунікативної природи книги, стала теорія мистецтва книги В. М. Ляхова (70-ті рр.). Він вважав, що головне призначення книги: «слугувати засобом для збереження та передачі інформації, для спілкування між людьми», саме у цьому полягає «головна — комунікативна функція книги як форми організації текстового повідомлення» [16, с. 6]. Життєздатність книги В. М. Ляхов пов'язує з розвитком її комунікативних можливостей. Він вважає, що для всіх цивілізацій характерним є трьохфазний цикл розвитку засобів фіксації та передачі письмової інформації: докнижна, предкнижна, книжна. Провідну роль еволюції книги дослідник вбачає в її функціональній основі. Постійно відбувається історична адаптація книжкового організму до певних умов. Таким чином, у теорії мистецтва книги В. М. Ляхова книга розглядається як засіб комунікації.

У 90-х рр. ХХ ст. серед фахівців стає поширеною думка про необхідність інтеграції наук, що займаються проблемами комунікації, та створенні узагальнюючої теорії — «метатеорії наук інформаційно-комунікативного циклу» [1, 6]. У зазначений період таку метатеорію починає розробляти один з найвпливовіших фахівців Санкт-Петербурзького університету культури А. В. Соколов [18]. Соціальну комунікацію він розглядає як рух смислів у соціальному просторі й часі. Смысл матеріалізується за допомогою комунікаційного каналу. Таким чином, комунікаційний канал представляє собою матеріальний бік соціальної комунікації. Залежно від каналів, що використовуються, Соколов вирізняє роди соціальної комунікації (сукупність споріднених комунікаційних каналів): усну, документну та електронну. Також він зосереджує увагу на еволюції комунікаційних каналів, яка відбувається у результаті біфуркації (роздвоєння) чотирьох вихідних каналів, що виникли на стадії архікультури. В історії людства, за думкою вченого, відбулося чотири біфуркації:

біфуркація I — поява писемності й літературної мови; біфуркація II — винахід книгодрукування і великі географічні відкриття; біфуркація III — промисловий переворот, що зумовив появу первинних технічних каналів, у тому числі машинної поліграфії, фотографії, телефону; біфуркація IV — науково-технічна революція XX ст., що спричинила появу електронної комунікації — телебачення та комп'ютера. Біфуркація виникає внаслідок кризи комунікаційних каналів, що перестають задовольняти комунікаційні потреби суспільства. Еволюція комунікаційних каналів пов'язана з еволюцією культури, яку А. В. Соколов представляє як послідовну зміну п'яти стадій: пракультура — археокультура — палеокультура — неокультура — постнеокультура. Кожна стадія характеризується певною комунікаційною культурою (панівні в даному суспільстві норми і способи фіксації, збереження і розповсюдження культурних смислів). Вирізняються наступні рівні комунікаційної культури: словесність — книжність — мультимедійність.

Відомий вітчизняний книгознавець і документознавець Г. М. Швецова-Водка також розглядає книгу як комунікаційний канал. Вона вважає, що з точки зору комунікаційно-інформаційного підходу, книга є документом, опублікованим, виданим чи депонованим, що надається в суспільне користування через книжкову торгівлю та бібліотеки. Сутнісною особливістю, що вирізняє книгу із сукупності інших видів документів, є те, що в «соціальному комунікаційно-інформаційному» процесі вона створюється в результаті діяльності комунікаційного посередника (1) (видавництво, редакція, центр депонування, фірма відеозапису) і потрапляє до одержувача інформації в результаті діяльності комунікаційного посередника (2) (заклади системи книгрозповсюдження та книгокористування). Документно-соціально-комунікаційну функцію книги дослідниця вважає головною. Вона підкреслює, що варто використовувати саме поняття «комунікаційний», бо вживаючи поняття «комунікативний» наголошується на належності об'єкта розгляду (в даному випадку книги) до сфери спілкування або масової інформації [20]. До речі, поняття «комунікаційний» використовується і в метатеорії А. В. Соколова. І А. В. Соколов, і Г. М. Швецова-Водка, за основу беруть елементарну схему комунікації, що складається з комуніканта, реципієнта та повідомлення, що передається, яку потім модифікують залежно від поставленої мети. Тому книзі тут відводиться місце комунікаційного каналу.

Тенденцією останніх років стала поява публікацій, в яких зосереджується увага на змістовних аспектах комунікативної природи книги [9; 21]. На наш погляд, це насамперед, пов'язано з необхідністю відрефлексувати ситуацію майбутнього книги в умовах виклику нових інформаційних технологій, що становлять достатньо могутню конкуренцію саме в комунікативному плані. У публікації С. І. Григор'янц [9] наголошується на тому, що читач і книжковий текст перебувають у постійному діалогічному стані, а тому в цьому діалозі книга є не тільки комунікаційним каналом, а й своєрідним суб'єктом комунікації.

Обсяг статті не дозволяє вступати в полеміку з авторами зазначених концепцій, та й не варто це робити, бо кожний з них вибирав саме такий ракурс розглядаючи комунікативну природу книги, який вимагала поставлена ними мета дослідження. І з огляду на це, зауваження О. А. Гречихіна, що наведено на початку статті й стосується неопрацьованості проблеми книги з точки зору її «головної соціальної функції — спілкування», є цілком слухним. Цілісний підхід до її вирішення можна знайти лише у М. М. Куфаєва, та слід урахувати те, що з часів, коли була написана його змістовна праця, пройшли революційні зміни у розвитку засобів комунікації. Книга пережила кілька викликів: спочатку з боку засобів масової інформації, і насамперед, телебачення, а потім — нових інформаційних технологій. І на кожному з цих етапів апологія книги велась і ведеться саме з позиції унікальності, незамінності книги як феномена соціальної комунікації. Ця проблема потребує всебічного розгляду, з урахуванням усіх аспектів комунікативної і комунікаційної природи книги, з огляду на те, що книга поєднує у собі матеріальне й духовне, індивідуальне й соціальне, вона є явищем культури і водночас її важливим чинником. І вирішення її можливе тільки за умови проведення міждисциплінарного дослідження. Саме у цьому вбачаються подальші перспективи розробки даної проблеми.

1. Баренбаум И. Е. Информационно-коммуникативные науки в свете эволюции средств информации и коммуникации / И. Е. Баренбаум // Книга: Исследование и материалы. М., 1990. Сб. 61. С. 31–47.
2. Беловицкая А. А. Общее книговедение / А. А. Беловицкая. М., 1987.
3. Библиотека в саду: Писатели античности, средневековья и Возрождения о книге и чтении. М., 1985.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К., 2004.
5. Владимиров Л. Книга в век электроники и телевидения // Курьер ЮНЕСКО. 1972. № 1. С. 13–15, 33–34.
6. Гиляревский Р. С. Общие тенденции в развитии дисциплин научной информации и коммуникации / Р. С. Гиляревский // Книга: Исследование и материалы. М., 1990. Сб. 60. С. 28–45.
7. Гречихин А. А. Истоки формирования книговедения как науки (К постановке проблемы) / А. А. Гречихин // История книги. Теоретические и методологические основы: Сб. науч. тр. М., 1977. С. 22–33.
8. Гречихин А. А. Слово о М. М. Куфаеве / А. А. Гречихин // Куфаев М. Н. Проблемы философии книги. Книга в процессе общения. М., 2004.
9. Григорьянц Е. И. Книга в контексте современной культурной коммуникации / Е. И. Григорьянц // Книга: Исследование и материалы. М., 2004. Сб. 82. С. 51–59.
10. Ельников М. П. Книговедение, книга и средства массовой коммуникации (Проблема соотношения) / М. П. Ельников // Книга: Исследование и материалы. М., 1989. Сб. 57. С. 17–38.
11. Етимологічний словник української мови. У 7 т. Т. 2. Д — конці / АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. К., 1985.
12. Иваницкий В. Ю. Средства массовой коммуникации и книговедение / В. Ю. Иваницкий // Книга: Исследование и материалы. М., 1986. Сб. 52. С. 55–73.
13. Книга // Книга: Энциклопедия. М., 1999. С. 299–303.
14. Куфаев М. Н. Проблемы философии книги. Книга в процессе общения. М., 2004.
15. Ловягин А. М. Основы книговедения / А. М. Ловягин. Л., 1926.
16. Ляхов В. Н. Искусство книги / В. Н. Ляхов. М., 1978.
17. Пітерс Д. Д. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації / Д. Д. Пітерс; Пер. с англ. А. Іщенко. К., 2004.
18. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учеб. пособ. / А. В. Соколов. СПб., 2002.
19. Ханин М. Г. Специфика чтения в сравнении с аудиовизуальной коммуникацией / М. Г. Ханин // Сов. библиотековедение. 1976. № 1. С. 43–59.
20. Швецова-Водка Г. М. Документ і книга в системі соціальних комунікацій. Рівне, 2001.
21. Ямчук К. Г. Книга в коммуникационном процессе: ценностный подход / К. Г. Ямчук // Книга: Исследование и материалы. М., 1994. Сб. 68. С. 38–48.

УДК 002.2+371.013

О. В. Антоник, Н. В. Жмовка*Українська академія друкарства***ПРОПАГАНДА КНИГИ І ЧИТАННЯ СЕРЕД УЧНІВ ЯК СУСПІЛЬНИЙ ПРІОРИТЕТ: КНИГОЗНАВЧО-ПЕДАГОГІЧНИЙ КОНТЕКСТ**

Здійснено ретроспективний огляд публікацій, присвячених шляхам і методам залучення книжки до навчально-виховного процесу та поза навчальної діяльності школярів. Актуалізовано проблему пропаганди читання як соціокультурного і психологічного феномена та важливого чинника комунікативної культури особистості. Звернено увагу на необхідність всебічної державної підтримки книги і читання в Україні.

The retrospective review of the publications dedicated to the ways and methods of book attraction to the educational process and extra curriculum pupil's work was given. The problem of book reading propaganda as socio cultural and psychological phenomena and an important factor of the communicative personality culture was actualized. The attention was paid on the necessity of the thorough state book support and reading in Ukraine.

Розвинута книжкова справа забезпечує суспільство якісним інформаційним продуктом, сприяє появі нових ідей, допомагає формувати ціннісні орієнтації та моделі поведінки. Паралельно з розповсюдженням інформації здійснюється поширення, засвоєння та переоцінка етичних та естетичних цінностей, відбувається обмін персональним досвідом, формується потужне інтелектуальне середовище. Відома дослідниця літературознавчих проблем Марія Зубрицька у книзі «Номо legens: читання як соціокультурний феномен» аргументовано зазначає, що феномен книги і читання — тонкий індикатор стану суспільства, його системи цінностей, на які він має вагомий вплив і впливові яких піддається сам [11].

Відсутність, поки що систематичних досліджень в галузі соціології читання, не дає змоги сформувати узагальнений образ сучасного українського читача. Водночас доречно зауважити, що ситуація в цьому плані поліпшилась: упродовж останніх трьох років з ініціативи Міжнародного фонду «Відродження» та the Fundfar Central and East European Books Project (Amsterdam), за підтримки MATRA Міністерства закордонних справ Нідерландів було проведено соціологічні дослідження читацьких інтересів українців та частково оприлюднено їхні результати [10]. Нагадаємо, що дослідження книжкового ринку є складовою Українського книжкового проекту, реалізація якого почалась у 2006 р. і завершується у 2008 р.

Для того, аби забезпечити зіставлення результатів та динаміку книгокористування, було обрано регулярне дослідження «Омнібус» із застосуванням методу інтерв'ю. Розмір вибірки охопив 1000 інтерв'ю з респондентами у віці від 15 до 59 років, оскільки саме у цьому віковому діапазоні акумулюється найактивніша частина споживачів. Загалом метою дослідження