

Книга як комунікаційний інструмент: потенціал читацьких можливостей

Ольга Антоник

Кафедра інформаційної, бібліотечної та архівної справи
Українська академія друкарства
Львів, Україна
ola.antonyk@gmail.com

Abstract. Conceptual bases of the book interpretation as a social-communicative phenomenon and a publishing product have been given. The point concerns the interrelation of the edition culture and culture of reading; it's about evolution of book edition communicative potential as unity of the content, art-image and printing implementation.

Ключові слова: книга, читач, культура видання, комунікаційний канал, суб'єкт комунікації

Поліфункціональність, динаміка та дуалізм книги обумовили появу низки визначень – від абстрактно-теоретичних до конкретно-описових, зафіксованих у нормативних документах. Водночас важко не помітити, що у дослідженнях феномена книги превалює комунікативний підхід, оскільки вона завжди була і залишається засобом зберігання і передачі у просторі і часі соціальної інформації. Завдяки реалізації комунікативної функції книга стає інструментом розвитку і соціалізації особистості, а через цю функцію виконує й інші – залежно від змісту, завдання, мети, читацької адреси тощо.

Функціональна концепція книгознавства, що активно розроблялась у радянський час представниками ленінградської школи і була пов'язана з розвитком комунікаційних студій в контексті теорії інформації, актуалізувала проблему визначення “книги” як соціально-комунікаційного явища (А. Барсук, І. Баренбаум).

Цей підхід не був оригінальним; ще у 20-ті рр. ХХ ст. книга розглядалася як “засіб спілкування”, як єдність духовного і матеріального”, “індивідуального і соціального”. М. Куфаєв заклав підвалини розуміння книги як засобу спілкування у матеріальному втіленні разом узятих “думки і

слова»; вперше звернув увагу на необхідність розкриття динаміки усього книжкового процесу, в якому книга не лише засіб, але й суб'єкт спілкування на стадіях “автора”, “читача” і “книгоробної майстерності” [1].

Концептуальні засади трактування книги як соціально-комунікаційного явища знайшли відображення і у руслі системно-типологічного підходу, характерного для московської школи книгознавців (О. Гречихін, А. Беловицька, С. Омелянчук). Так, О. Гречихін при формуванні бібліотипології спирався на тлумачення книги як “способу інформаційного спілкування, що формується в діалектичній єдності змісту, знакової форми і матеріально-конструктивного втілення” [2, с. 156].

Документологічна концепція книги притаманна працям А. Соколова, Ю. Столярова, Г. Швецової-Водки. Вона коректно порівнює функції та властивості документа і книги, актуалізує увагу на її соціально-комунікативній природі, а відтак і відмінностях. До специфічних функцій дослідниця відносить функції поширення інформації, впливу на суспільну свідомість і товарну. Останню аргументує особливим місцем книги у системі документальних комунікацій, необхідністю поділу суспільної праці і оплати трудових зусиль осіб, що брали участь у створенні книги [3, с. 253-254]. Товарна функція книги опосередковується її суспільною вагомістю, статусом читання, рівнем інформаційної культури особистості.

Одним із розробників метатеорії наук інформаційно-комунікаційного циклу А. Соколов розглядає комунікаційний канал як матеріальний засіб руху смислів у процесі соціальної комунікації, а еволюцію комунікаційних каналів пов'язує з еволюцією культури [4]. В цьому

контексті книга виглядає особливо цінним комунікаційним каналом, бо завжди була визначальним фактом і фактором культури, а нерозривна єдність формули “книга – читач” традиційно вписувалася у поняття книжкової культури.

Базуючись на унікальності та незамінності книги як феномену комунікації та явища культури, В. Маркова наголошує на необхідності йти далі в умовах інформаційно-технологічних викликів. Під книжковою комунікацією вона розуміє “системну взаємодію основних суб’єктів і об’єктів видавничого процесу, яка забезпечує рух смислів від автора до читача у соціальному часі і просторі з використанням семантичного повідомлення, зафіксованого у знаковій формі на стабільному матеріальному носіїві” [5, с. 3]. Прикметно, що учена розглядає еволюцію книги як набуття нею все нових можливостей для повноцінного діалогу з читачем, тобто складний книжковий організм мусів чутливо пристосовуватися до читача у змінних умовах соціокультурного середовища [6].

Сьогодні, коли змінюються потреби, мотиви і цілі читання, коли визначальними рисами комунікативної фази читання – як – зчитування є мозаїчність, гіпертекстуальність, кліповість, злободенною виглядає проблема “реанімації” читання як елемента елітарної культури особистості. Адже навіть в умовах інформаційно-технологічних змін процес (і результат!) читання залишається константою інформаційної культури, її життєзберігальною інтелектуальною технологією, особливо якщо йдеться про книгу як якісний видавничий продукт. У цьому сенсі культура видання як міра його добротності і досконалості в концептуальній цілісності змістових, художньо-графічних і маркетингових елементів та бібліографічного супроводу корелюється з читацькою культурою [7].

Отже, книга – основне категоріальне поняття, феномен матеріальної і духовної культури суспільства, що акумулює різні комунікаційні властивості та канали суспільної взаємодії” [8].

Процес і результат читання – неодмінні фактори соціокультурного буття книги як видавничого продукту, товару і суб’єкта комунікації. Комунікативні властивості тексту органічно збагачуються елементами апарату, художньо-

технічного оформлення і поліграфічного виконання, що формують культуру видання, яка резонує з культурою читання. Упродовж тривалої еволюції форма книги пристосовувалась до змісту, підсилювався її діалогічний потенціал з читачем в межах тої чи іншої культурної традиції.

І сьогодні добре продумана та якісно видана книга, що має чіткі типологічні орієнтири і передбачувану читацьку аудиторію, є знаковим конкурентоздатним продуктом і культуротворчим соціокомунікативним явищем.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] М. Н. Куфаев, Проблемы философии книги. Книга в процессе общения. Москва, Россия: Наука, 2004.
- [2] А. А. Гречихин, Библиотипология как научное направление. Особенности становления и развития в российском книговедении, Москва: Моск. гос. ун-т печати, 2004.
- [3] Г. М. Швецова-Водка, Документознавство, Київ, Україна: Знання, 2007.
- [4] А. В. Соколов, Документология как метатеория документной коммуникации, Книга: исследования и материалы, Сб. 91, вып. 1/2, с. 43-49, 2009.
- [5] В. А. Маркова, “Перспективы розвитку книжкової комунікації”, Бібліотечний вісник. № 4, с. 3-8, 2016.
- [6] В. А. Маркова, Книга в соціально-комунікативному просторі: минуле, сучасне, майбутнє, Харків, Україна: Харк. держ. акад. культури, 2010.
- [7] Т. С. Крайнікова, “Культура видання: дефініція, структура та чинники”, Наукові записки Інституту журналістики [Київського національного університету імені Тараса Шевченка], Т. 43, с. 134-138, 2011.
- [8] О. В. Пастушенко, Книга і періодика в дисертаційних дослідженнях незалежної України: соціокомунікаційний аспект, Київ, Україна: Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2016.
- [9] О. В. Антоник, “Комунікативний потенціал книги у читацькому вимірі”, на III Всеукр. наук.-практ. конф. Документознавство в сучасному світі: виклики та завдання, Львів, 2017, с. 28-32. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://kudid.uad.lviv.ua/wp-content/uploads/2015/09/UAD-KONF-2017.pdf>.