

Невозможно дать характеристику и таких типов научных школ, как признанные и развивающиеся. К числу последних можно отнести книговедческую и библиотековедческую школы Республики Саха (Якутия) или дальневосточную школу библиотечной инноватики. Их вклад в развитие научной мысли – дело будущего. Следует иметь в виду, что теоретическая парадигма постоянно задает иное понимание назначения библиотековедческого знания. Поэтому изучение роли научных школ в процессе его формирования также не имеет конца.

Примечания

¹*Грезнева, О.* Научные школы: принципы классификации // Высшее образование в России. 2004. № 5. С. 42–43.

²*Кожевникова, Л. А.* Проблемы экономики библиотечного дела на современном этапе // Библиотечное дело – XXI век : науч.-практ. сб. М., 2010. Вып. 2(20). С. 170–184.

³*Карташов, Н. С.* Региональное библиотековедение : науч.-практ. пособие. М.: Либерея, 2004. 222 с.

⁴*Артемьева, Е. Б., Кожевникова, Л. А.* Роль государственной научно-технической библиотеки Сибирского отделения Российской академии наук в развитии библиотечного знания и науки // Вклад информационно-библиотечной системы РАН в развитие отечественного библиотековедения, информатики и книговедения : юбил. науч. сб., посвящ. 100-летию Информ.-библ. совета Рос. акад. наук. Новосибирск, 2011. С. 157–173.

Ирина Владимировна ЛИЗУНОВА,
канд. ист. наук, доцент, в. н. с. ГПНТБ СО РАН (Новосибирск)

Книга в современном медиaprостранстве: взаимодействие и противостояние

По мнению медиаэкспертов «время не пощадило книгу. Бурное развитие СМИ на основе компьютерных технологий привело к тому, что СМИ потеснили книгу. Ей все труднее соперничать с телевидением, Интернетом, и она стала утрачивать свое влияние»¹. Еще в середине XX в. книга являлась первым и основным медиаисточником, причем эта ситуация не менялась столетиями. В современном медийном пространстве она перестала быть важнейшим носителем информации, формой представления и хранения знаний. Многие функции, выполнявшиеся ранее только при помощи книги, перешли к другим средствам информации. В настоящее время книгу опережают в своем значении и присутствии на медиарынке телевидение,

радио, Интернет, пресса, музыкальная индустрия, электронные базы данных. Каждое отдельное средство информации стремится реализовать какую-то особую, характерную для него функцию, однако в условиях конвергенции медиасредств, их существование сопряжено обострением соперничества и постоянной позиционной борьбой.

В современных условиях книга вынуждена конкурировать на медиарынке не только с печатными и аудиовизуальными СМИ, но и с новейшими мультимедийными средствами коммуникации. Более того, по мнению некоторых ученых, «сопоставление книги как носителя информации с новыми средствами коммуникации – радио, телевидением, компьютерами – привело к тому, что возник вопрос о ее жизнеспособности в новых условиях»².

Появление многочисленных медианосителей превратило книгу в один из них. Факт конкуренции традиционной печатной книги и новых средств массовой коммуникации на сегодняшний день уже является неоспоримым. И если новые информационные технологии, широко используемые в создании, производстве и распространении книг, лишь ускоряют эти процессы, благоприятно влияя на количество и качество результатов, то позиционная борьба с массмедиа, по мнению многих, свидетельствует о неопределенности будущего книжной индустрии.

Как и в случае с полемикой относительно смены бумажных носителей экранными, в вопросах конкуренции книги и массмедиа нет единства. Говоря о кризисном периоде существования книги, ее жизнеспособности в современных реалиях, некоторые исследователи считают, что «книга займет свое, особое место в современной культуре и нет достаточно веских аргументов, позволяющих ставить под сомнение ее дальнейшее существование»³. Взаимодействуя с другими коммуникационными системами, она испытывает на себе их влияние, «находится на этапе перехода к новому состоянию, которое характеризуется процессами «встраивания» новых коммуникационных средств в существующий континуум форм общения, накопленных человечеством за долгие годы»⁴. Каждому медиасредству принадлежит своя коммуникационная ниша. По мнению исследователей, «книга еще долго будет служить одним из главных средств накопления и распространения знаний»⁵, передаваемых из поколения в поколение, причем неважно, в каком виде: бумажном или цифровом.

Некоторые ученые в качестве аргументов в защиту сохранения весомого места книги в системе средств массовых коммуникаций приводят результаты мониторинга развития мирового книгоиздания.

По данным последнего, конец XX – начало XXI в. характеризуется дальнейшим ростом выпуска книжной и печатной продукции. Причем наибольшее количество издаваемых книг и печатных средств информации приходится именно на те страны, в которых идут активные процессы внедрения и дальнейшего освоения информационно-коммуникационных технологий⁶.

«Мы на пороге революции, вызванной цифровой печатью и сравнимой с изобретением Гутенберга в XV в.» – считают создатели сайта ondemandbooks.com. Статистика свидетельствует, что для подобного утверждения имеются все основания⁷. Общество вступает в эпоху стремительного технологического обновления медианосителей посредством внедрения цифровых технологий в деятельность медийных организаций – качественно преобразующих медийное пространство.

Дигитализация технологических процессов книжной отрасли задает направление формированию электронно-медийного пространства книги, всех его структурных элементов: от производства до потребления. Дигитализация (от англ. digitalization от англ. – цифровизация) – процесс перевода всех форм содержания медианосителей (текстовой, графической, звуковой) в цифровой формат, позволяющий осуществлять распространение контента в различных формах по любому каналу электронной коммуникации – независимо от конкретной индустрии медиасредства и технологической платформы – легко и быстро. Рамки традиционной печатной книги (пространство, время, финансовые ресурсы) больше не являются преградами ни для создателей информации, ни для ее получателей. О процессах дигитализации как неизбежном будущем, предстоящем взрыве в книжной отрасли, заявляла большая часть издателей (53%) из 1324 опрошенных (причем большая часть – руководители компаний) из 86 стран-участников Франкфуртской книжной ярмарки (ФКЯ) 2007 г. По мнению руководителей издательских компаний, основные проблемы дигитализации относятся как к созданию контента (определению свойств электронных медиа, выбору содержания и бизнес-модели, юридическим и экономическим вопросам доступа), так и к организации и воплощению в жизнь издательского процесса (особенностям редактирования, технологии продвижения) и т. д. Директор форума Ю. Боос на открытии ФКЯ заявил, что дигитализация – это переход книг в цифровую форму, преобразование книжного «содержания» в «контент», который может распространяться в электронном виде. Данная тематика стала «фокусом» ярмарки, центральной темой обсуждений последующих профессиональных встреч⁸.

Дигитализация как основной компонент новой технологической платформы книжной индустрии повлияла практически на все этапы генерации и трансляции книги: от формы авторского текста, подготовки оригинал-макета до медиапотребителя, читателя-пользователя. Цифровые технологии буквально пронизывают весь редакционно-издательский процесс, позволяя сосредоточить в издательстве большую часть допечатных работ. В книжном производстве все большее распространение получает цифровая печать, способствуя не только повышению уровня полиграфического исполнения, но и постоянному совершенствованию качества технических средств. В настоящее время для производства книг в отечественной полиграфической промышленности используются различные технологии: от классического офсета, глубокой печати, копиров и цифровых машин, до экзотических конструкторов типа Espresso Book Machine. При этом наблюдается тенденция повсеместного перехода на «цифру»: с 1991 г. в стране открыто около 30 типографий, специализирующихся на выпуске книг, а также сотни цифровых печатных салонов общего профиля. По данным статистики, в России книга занимает 12% от общего объема цифровой печати, что свидетельствует о начальном этапе дигитализации в отрасли, в конечном итоге ведущей к смене парадигмы и моделей книгоиздания⁹.

Новые информационные технологии начинают использоваться как на различных этапах традиционного способа распространения книги через оптовые и розничные книготорговые предприятия, так и посредством интернет-торговли и т. п. Создание электронно-медийной технологической платформы книгораспространения охватывает внутриорганизационное развитие, а также процессы взаимодействия внутри издательско-книготоргово-библиотечного комплекса. Данное направление становится преобладающим во взаимоотношениях как с потребителями контента, создаваемого и распространяемого книжной индустрией, так и с другими масс-медиа, стирая различия между ними и ведя их к конвергенции.

Конвергенция (от лат. *converge* – приближаюсь, схожусь) – слияние, взаимоуподобление; в контексте функционирования медиа – это процесс интеграции как информационно-коммуникационных технологических платформ, так и контента.

Конвергенция с медиа, предлагающими не книжные форматы трансляции исходного содержания, дала возможность проявлению таких свойств, как демассификация, интерактивность, мультимедийность, способность к отражению событий в режиме реального времени и регулярному обновлению информационных ресурсов. Революционный этап технологического обновления медиасистем

за счет внедрения цифровых технологий в книжную индустрию создал новые условия для ускорения обмена информацией и целевой доставки медийной информации определенным микроаудиториям и, в перспективе, индивидуальным потребителям. Данные потенциальные возможности, а также быстрая адаптация контента под разные платформы и для отдельных читателей, введение в текст интерактивных элементов являются несомненной прерогативой и преимуществом электронных книг. Демассификация книжных форматов, их мультимедийность вкупе с дроблением и агрегированием контента возможны лишь при дальнейшей конвергенции книжной отрасли с массмедиа, а главное – при развитии электронного книгоиздания.

Оформившейся тенденцией последних лет на книжном рынке России стало внедрение книжного бизнеса в медийное пространство, его диверсификация, выход операторов книжного рынка на медиарынок, слияние различных секторов медиарынка. Консолидация, укрепление и объединение книжных издательств с другими сферами медиаиндустрии связаны с некоторыми общемировыми тенденциями – дигитализацией, использованием новых информационных технологий и конвергенцией массмедиа, значительно умножившие технические возможности и предложения издательско-книготоргово-библиотечного комплекса и в целом кардинальным образом изменившие российское медийное пространство.

Примечания

¹Ненашев, М. Ф. Отечественное книгоиздание в период перестройки – начало демократизации // Книга. Исследования и материалы. М., 2002. Сб. 86. Ч. 1. 2007. С. 18.

²Григорьянц, Е. И. Книга в контексте современной культурной коммуникации // Книга. Исследования и материалы. М., 2004. Сб. 82. С. 51.

³Цит.: Григорьянц, Е. И. Указ. соч.

⁴Ленский, Б. В., Васильев, В. И. «Галактика Гутенберга» и информационное общество // Книга. Исследования и материалы. М., 2007. Сб. 87. Ч. 2. С. 16.

⁵Там же. С. 11.

⁶Его же. Книгоиздательская система современной России. М., 2001. С. 183; Его же. Книжное дело в информационном обществе // Книга. Исследования и материалы. М., 2006. Сб. 85. С. 85.

⁷См. напр.: Цифровые бизнес-модели производства книг: что, где, когда // Кн. индустрия. 2010. № 1. С. 48.

⁸Франкфуртская ярмарка контента // Кн. дело. 2007. 17 окт. : [сайт]. URL: <http://www.knigdelo.ru/default.asp?id=9&news-id=1635>. (дата обращения: 18.12.2007).

⁹Цифровые бизнес-модели... С. 48–49.