

Размышления над новой книгой

© 2023 г.

В.П. КОЛОМИЕЦ

ТРАНСФОРМАЦИЯ КНИГИ: МЕДИАТИЗАЦИЯ КОЛЛЕКТИВНОГО ОПЫТА ПОКОЛЕНИЙ

КОЛОМИЕЦ Виктор Петрович – доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии массовых коммуникаций факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия (vikkolomiets@yandex.ru).

Аннотация. На размышления натолкнула книга социолога Кембриджского университета Джона Брукшира Томпсона «Книжные войны: цифровая революция в книгоиздательстве» (Thompson J.B. Book Wars: The Digital Revolution in Publishing. Cambridge: Polity, 2021). Известный британский социолог, препарируя книгоиздательскую индустрию, раскрывает историю трансформации книги в период цифровой революции. Представлены перипетии противостояния традиционных издателей бумажной книги и технологических компаний, многообразных инноваций в области электронной книги. Это позволяет автору выйти на теоретические обобщения, которые связаны с анализом взаимоотношений цифровых технологий и общества, методики социологических исследований сложных процессов, порожденных цифровой революцией.

Ключевые слова: книга • книгоиздательство • цифровая революция • книжные войны • технологические платформы

DOI: 10.31857/S013216250027787-8

Работы социолога Кембриджского университета Джона Брукшира Томпсона (John Brookshire Thompson) по социальной теории, социологии политики и идеологии [Thompson, 1984, 1990], хотя и не переведены на русский язык, известны отечественным исследователям. А его работу «Медиа и современность. Социальная теория медиа» [Thompson, 1995] можно отнести к классическим в области социологии массовой коммуникации – основному исследовательскому направлению автора с 1990-х гг. В данном тексте предлагается анализ новой объемной (более 600 стр.) книги Дж. Томпсона [Thompson, 2021]. Почему именно эта книга заслужила такое внимание, вызвала интерес и желание не только поразмышлять над прочитанным, но и поделиться об этом с коллегами?

Первое – это глубокая тревога за книгу как культурный артефакт, которая, хотя и является, как колесо, «неким пределом совершенства в сфере воображаемого» [Карьер, Эко, 2010: 9], в настоящее время переживает не лучшие времена. Поэтому любое исследование, в котором предпринимается попытка осмыслить происходящие трансформации с книгой, вызывает интерес, особенно у поколения, для которого книга выступает сосредоточением знаний и отобранного коллективного опыта, то, без чего человечество не обходилось много столетий и сложилось твердое убеждение, что обойтись не может.

Второе имеет более рациональный характер и связано с методологией и методикой исследования, исследовательской рефлексией, теоретическими обобщениями автора, то есть с содержанием работы, которое вызвало множество позитивных эмоций и породило размышления о тех изменениях, которые принесла цифровая революция. И, хотя автор

всю методологию исследования отправил в конец работы (Приложение 2), мы начнем анализ с исследовательских методов и исходных методологических позиций, поскольку первое восхищение, которое возникает при чтении книги, – это гармоничное сочетание высокой академической социологии и глубокого проникновения в сложное переплетение технологии функционирования книжной индустрии, издательского бизнеса. Автор с одинаковым успехом мог бы выступать как на международном социологическом конгрессе, так и профессиональной индустриальной конференции; лектором в студенческой аудитории и экспертом-консультантом по организации и ведению издательского бизнеса. Обращаясь к реалиям отечественной социологии, легко заметить, что академическая социология творится в тиши кабинетов и востребована, к сожалению, только там. А индустрия, в самом широком ее понимании, как-то обходится без социологического знания.

Как автор достиг успеха? Прежде всего, двадцатилетней исследовательской деятельностью изучения книги как культурного артефакта. Дж. Томпсон ранее уже опубликовал две работы об издательской индустрии, трансформации книги на рубеже веков [Thompson, 2005, 2010]. Материал для этой книги собирался порядка шести лет и охватывает период до 2018 г. Основной метод исследования – полуструктурированное глубинное интервью (около 180 интервью продолжительностью от часа до полутора) с различными субъектами издательской индустрии, что позволило автору проникнуть внутрь организаций и почувствовать, как они работают, увидеть ситуацию с точки зрения тех, кто принимает непосредственное участие в книгоиздании. Также в тексте собрано много статистики, представленной в таблицах, графиках, диаграммах. Собранные данные, с точки зрения автора, были как «не хорошо организованный концерт, а скорее дикая и шумная какофония с бесчисленным множеством музыкантов, играющих свои мелодии по-своему на самых разных новых и причудливых инструментах» (р. 588)¹. Исходная авторская идея, что технологические инновации, которые и меняют бытие книги в обществе, глубоко контекстуальны, позволила превратить эту какофонию в мелодию: «Они (технологические инновации. – Прим. В.К.) всегда происходят в конкретных социальных и исторических контекстах, которые определенным образом структурированы и в рамках которых определенные акторы стремятся достичь определенных целей, используя имеющиеся в их распоряжении ресурсы» (р. 589).

Контекстуальность – отличительная черта Томпсона как исследователя. Идеология, медиа или книга помещаются в конкретный контекст, концептуализируемый в терминах поля П. Бурдьё. Это позволяет структурировать контекст, разложить его на компоненты и представить их характеристики. Например, различные виды ресурсов, которые люди и организации накапливают и используют для достижения своих целей; асимметричное распределение ресурсов и отношений власти, составляющих поле; способ, которым акторы позиционируются (и позиционируют себя) по отношению к другим игрокам на поле; формы сотрудничества, конкуренции и конфликтов, к которым приводит деятельность этих акторов; и т.д. В этом разрезе технологические инновации (электронная книга, аудиокнига, книга самоиздания) предстают у автора как набор действий, осуществляемых отдельными лицами и организациями, работающими в определенных областях, с использованием материалов, форм знаний и ресурсов, находящихся в их распоряжении. Технологии, порождающие новые формы создания и распространения символическо-смыслового продукта, коллективного опыта, рассматриваются автором не в их физическом воплощении, а как процессы, неизбежно связанные с человеческими мотивациями и социальными отношениями, с интересами, ресурсами и властью. Анализ интервью с участниками процесса позволил автору сосредоточиться на социальных акторах, которые используют возможности, открываемые технологическими изменениями, выдвигая новые идеи и стремясь разработать новые книжные продукты, новые практики, новые способы создавать, распространять и потреблять

¹ Здесь и далее постраничные ссылки на рецензируемую книгу даны в круглых скобках.

контент, а также пытаться понять, как превратить эти новые способы ведения дел в деятельность, которая будет устойчивой с течением времени (р. 583).

Есть еще один очень важный методологический момент, который в данной работе не прописан специально, но его влияние как некой априорной авторской позиции очень значимо. В 1990 г. Томпсон для обозначения процессов влияния медиа на общественное сознание, культуру и общество ввел англоязычный неологизм *медиазация* (*mediatization*), который в настоящее время получил широкое распространение [Коломиец, 2020]. С его точки зрения, превращение события в медиафакт кардинально изменяет природу происходящего. Футбольный матч на стадионе – это, как правило, просто матч, в котором главное футбол. Футбольный матч по телевидению – это шоу, в котором футбол только повод для шоу. Это два разных события. А современное пространство все более наполняется медиафактами. Превращение книги из физического канала массовой коммуникации в медиа с множеством разнообразных средств, способов доставки потребителям приводит к различным форматам «упаковки» символического содержания коллективного опыта, который носит обобщенное название «книга». Идея трансформации книги как медиазация коллективного опыта поколений пронизывает все многостраничное исследование.

Томпсон отмечает важнейшую роль цифровых технологий в трансформации книги, однако видимое доминирование технологий приводит к неверному толкованию, что победила именно она, потому что по своей сути лучшая. Автор показал, что это далеко не так. Во многом результат связан с определенным контекстом, в котором социальные факторы играют существенную роль. На этапе проектирования технологии предугадываются интересы, навыки, мотивы и поведение будущих пользователей. Впоследствии эти представления материализуются в дизайне нового продукта. В результате технологии содержат сценарии (или сценарии): они приписывают и делегируют определенные компетенции, действия и обязанности пользователям, которые могут быть и не приняты потребителями. Другими словами, технологические результаты являются следствием инженерных, социальных, а также технических явлений. Таким образом, не обязательно техническая эффективность, а скорее случайная совокупность социально-технических обстоятельств и игра институциональных интересов определяют предпочтение одной технологии перед другой. В том, как развиваются технологии, нет ничего неизбежного. Технологические изменения – это полностью случайный и гетерогенный процесс (р. 589). За этими рассуждениями автора легко проглядывают методологические и методические сложности анализа конкретных механизмов реализации технологической инноватики в современном обществе. Хотя речь идет об узкой технологической сфере – книгоиздательстве, эти рассуждения выходят далеко за пределы книжного производства. В этом видится одно из важнейших достоинств книги.

Главная цель работы, как отмечает автор – «исследовать, что на самом деле произошло и что продолжает происходить, когда цифровая революция захватывает мир книгоиздания» (р. 19). Цифровая революция в издании книг началась еще в начале 1980-х гг. в области логистики, управления цепочками поставок и постепенной трансформации систем бэк-офиса. Это был огромный сдвиг. Однако наиболее заметные изменения наступили, когда цифровизация внесла сущностное изменение в символический контент: он стал цифровым с различными возможностями. Книга как собрание некоторого количества листов, соединенных вместе, на которых что-либо написано или напечатано (старейшее определение, которое было дано в 1740 г. на страницах «Большого исторического словаря», выпущенного в Париже), получило совершенно новое воплощение как электронная книга или аудиокнига; широкое распространение получил самиздат, в котором нет редакторов, что повлекло за собой резкий рост количества издаваемых книг и снижение их качества. Внезапно сами основы книгоиздания, существовавшие более 500 лет, оказались под вопросом. Вспыхнули ожесточенные конфликты между традиционными издателями и новыми игроками, включая могущественные технологические компании, которые смотрели на мир совершенно по-разному. Начались книжные войны.

Автор последовательно рассматривает противостояние акторов, ресурсов, власти, коммерческой активности различных субъектов, которые пытались, используя открывшиеся возможности цифровизации, изобрести «новую» книгу или, по крайней мере, создать устойчивый бизнес, оцифровывая и упаковывая определенным образом бумажные книги. В работе показано, что все попытки переизобрести книгу в виде «цифровой короткометражки» (до 10 000 слов), «книги как приложения» или «улучшенной мультимедийной электронной книги» без бумажного инварианта успеха не имели. Великолепная идея выпуска красивых электронных книг, которые были бы не просто копиями печатного текста, а уникальными цифровыми проектами, наталкивалась на малое число рецензий, поскольку рецензенты их не замечали; чрезмерно сложную систему управления содержанием и отсутствие чувства обладания, которое возникает, когда бумажная книга занимает свое место на полке личной библиотеки. Автор пришел к выводу, что цифровая революция вряд ли может привести к изобретению новой формы книги, скорее речь идет об ее инновационных форматах.

Интересный факт зафиксирован автором в области медиапотребления цифровой книги. Оказывается, ее успех или неудача зависит прежде всего от архитектурного построения текста. «Самая поразительная разница между категориями, которые хорошо продаются как электронные книги, и теми, которые плохо продаются, заключается в том, что первые состоят из повествовательного линейного текста, а вторые – нет... Текст построен как рассказ с сюжетом, который разворачивается последовательно, шаг за шагом, и читатель следит за последовательностью» (р. 72). Этот факт привлекателен тем, что если цифровизация привела в области видео и аудио к развитию повсеместного дискретного медиапотребления, то текст линейного нарратива в цифровой среде потребляется с большим успехом, чем дискретно выстроенные с гиперссылками текстовые построения.

Одно из самых удивительных приключений книги, о котором пишет Томпсон, связано с появлением и значительным ростом популярности аудиокниг. Аудиокнига создает иную связь между печатным и устным словом. С одной стороны, это инновационный формат печатной книги. Она является устным письмом или устным текстом. С другой – производство аудиокниги превратилось в самостоятельную квазииндустрию. Аудиокниги получили некоторое признание как самостоятельная форма искусства со своими специалистами и собственными поощрениями. Таким образом, аудиокнига получила определенную степень независимости от печатной книги, которая была ее первопричиной. Но как только книга становится частью аудиовизуального микса цифровой культуры, она также сталкивается с самой большой проблемой любого культурного блага в этом пространстве: конкуренцией за внимание потребителей. «Будущее аудиокниг будет в значительной степени зависеть от того, смогут ли они обеспечить прочное присутствие в аудиовизуальном миксе цифровой культуры для значительного числа людей, и будет ли это присутствие расти, сокращаться или оставаться статичным перед лицом конкуренции, создаваемая постоянно растущим потоком аудиовизуального контента, требующего внимания потребителей» (р. 423).

Пожалуй, центральное место в работе занимает анализ конфликта между традиционными издателями книг и цифровыми платформами Google и Amazon. Интересы традиционных производителей книг и технологических платформ, направленных на их распространение, зачастую совершенно не совпадают. На кону в этих конфликтах стоят разные способы мышления о книге и разные способы генерирования власти. Для старых книгоиздателей книга – это все: издатели занимаются производством книг, им требуется постоянное поступление новых текстов, и жизнеспособность бизнеса зависит от их способности превращать контент в товар и устойчивым образом его распространять. Для технологических компаний, напротив, книга – средство достижения других целей. Они не занимаются бизнесом по производству книг. Их основной бизнес в другом месте – они занимаются поисковыми системами, розничной торговлей или другим бизнесом. Для них книга – способ стимулирования, усиления или улучшения этих других видов бизнеса,

а не самоцель. Например, Google взялся за оцифровку бумажных книг с целью развития своей поисковой системы, превращения ее в лидера, и как только цель была достигнута – интерес к оцифровке бумажных книг пропал. Более того, технологические компании обнаружили важную черту цифровизации, которую они могли использовать в своих интересах: они выяснили, что пользовательские данные могут быть превращены в особый вид ресурса, который ценен и который можно продать рекламодателям. Технологические компании нуждались в читаемых книгах, потому что чем больше пользователей они могли привлечь, тем больше пользовательских данных они могли создать. Но ценность книги как культурного капитала, как инструмента аккумуляции и трансляции интегрированного опыта поколений для них была не важна – они коммодитизировали не контент, а пользовательские данные. Они не заинтересованы в сохранении высокой ценности содержания книги. Для технологических компаний, чем дешевле производство книги, тем лучше, потому что дешевая книга является способом привлечения пользователей, реальным активом были именно пользовательские данные. Эта разная экономическая логика и лежит в основе старых медиаотраслей, таких как книгоиздание, и новых технологических компаний, таких как Google и Amazon: в основе этих споров разные способы осмысления ценности книг и разные способы генерирования финансовых ресурсов, на которых основывается сила этих компаний (р. 573–574).

Книгоиздание, которое анализирует Томпсон, является хорошей иллюстрацией формирования, так называемого «надзорного капитализма», о котором пишет Ш. Зубофф, поскольку книга – это аккумуляция коллективного опыта, а современные технологические компании также претендуют на обладание коллективным опытом, но совершенно с иными целями. «Надзорный капитализм в одностороннем порядке претендует на человеческий опыт как на бесплатное сырье для превращения его в данные о человеческом поведении» [Зубофф, 2022: 17]. То есть мы имеем в данном случае две формы концентрации человеческого опыта: книга как инструмент гуманистического цивилизационного развития, впрочем, всегда контролируемого со стороны общества; коллективный опыт оцифрованный, собранный и аккумулированный в больших данных, который в настоящее время используется для обогащения их владельцев, но имеет большой социальный потенциал (как созидательный, так и разрушительный).

В то время как книга в центре всех этих конфликтов, Томпсон утверждает, что наиболее фундаментальные последствия нужно искать в другом месте. Книга, напечатанная на бумаге, оказалась удивительно устойчивой культурной формой, но цифровая революция изменила отрасль, породив новых игроков, которые обладают теперь беспрецедентной властью, множество новых издательских и книжных форм. Цифровая коммуникационная революция существенно расширила информационно-коммуникационную среду, создав новые проблемы и новые возможности для книгоиздателей, стремящихся переосмыслить свою роль в эпоху цифровых технологий, а книга, при всех инновационных формах, так и осталась книгой. Чтение работы Томпсона приводит к заключению, что если книге что-то угрожает, то это не цифровая революция. Цифровая революция создает новые возможности.

В завершение отметим, что это социологическое исследование, которое, с одной стороны, подробнейшим образом препарировало издательскую индустрию, раскрывает перспективы книги как артефакта, аккумулирующего и транслирующего человеческий опыт, с другой стороны, выходит далеко за пределы книгоиздания, раскрывая различные аспекты информационного капитализма, взаимосвязи технологий и социальной среды, а также методологические и методические приемы социологического анализа технологических инноваций. Эта книга несет интересный опыт социологического познания, как пишет автор, «мира в движении», и этим заслуживает прочтения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ [REFERENCES]

- Зубофф Ш. Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти. М.: Ин-т Гайдара, 2022. [Zuboff S. (2022) *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. Moscow: In-t Gajdara. (In Russ.)]
- Коломиец В.П. Медиатизация медиа. М.: МГУ, 2020. [Kolomiets V.P. (2020) *Mediatization of Media*. Moscow: MGU. (In Russ.)]
- Карьер Ж.-К., Эко У. Не надейтесь избавиться от книги! / Интервью Ж.-Ф. де Тоннака / Пер. с фр. и примеч. О. Акимовой. СПб.: Симпозиум, 2010. [Career J.-C., Eco U. (2010) *Do not expect to get rid of the book!* / J.-F. de Tonnac. St. Petersburg: Simpozium. (In Russ.)]
- Thompson J.B. (1984) *Studies in the Theory of Ideology*. Cambridge: Polity; Berkeley: University of California Press.
- Thompson J.B. (1990) *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Cambridge: Polity; Stanford: Stanford University Press.
- Thompson J.B. (1995) *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity; Stanford: Stanford University Press.
- Thompson J.B. (2005) *Books in the Digital Age: The Transformation of Academic and Higher Education. Publishing in Britain and the United States*. Cambridge: Polity, 2005.
- Thompson J.B. (2010) *Merchants of culture: the publishing business in the twenty-first century*. Cambridge; Malden: Polity.
- Thompson J.B. (2021) *Book Wars: The Digital Revolution in Publishing*. Cambridge: Polity, 2021.

BOOK TRANSFORMATION: MEDIATIZATION OF THE COLLECTIVE EXPERIENCE OF GENERATIONS

KOLOMIETS V.P.

Lomonosov Moscow State University, Russia

Viktor P. KOLOMIETS, Dr. Sci. (Sociol.), Prof., Head of the Chair of Sociology of Mass Communications, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia (vkolomiets@vitpc.com).

Abstract. The article offers an overview of the book “Book Wars: The Digital Revolution in Publishing” written by J.B. Thompson, a sociologist at the University of Cambridge. The paper discusses the history and transformation of book publishing during the digital era, including the conflicts between traditional publishers and technology companies, and the innovations in e-book technology. The author explores the conflicts between traditional paper book publishers and technological companies, as well as the various innovations in the field of e-books. The author also explores relationship between digital technology and society, which allow him to derive theoretical conclusions, as well as the methodology of social research into complex processes generated by digital revolution.

Keywords: book, publishing, digital revolution, book wars, technology platforms.