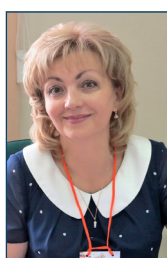


ТРАНСФОРМАЦИЯ КНИГИ В УСЛОВИЯХ МЕДИЙНЫХ РЕВОЛЮЦИЙ

И. В. Лизунова¹, С. В. Павленко²

¹ Государственная публичная научно-техническая библиотека
Сибирского отделения Российской академии наук, Новосибирск, Россия;
e-mail: 2004liv@ngs.ru

² Центр по работе с пожилыми людьми, Эдмонтон, Канада



Лизунова Ирина Владимировна, доктор исторических наук, доцент, заведующий лабораторией книговедения ГПНТБ СО РАН

ORCID: [0000-0001-7761-9459](https://orcid.org/0000-0001-7761-9459)

e-mail: 2004liv@ngs.ru



Павленко Светлана Вениаминовна, кандидат философских наук, исполнительный директор Центра по работе с пожилыми людьми

ORCID: [0000-0002-6542-0562](https://orcid.org/0000-0002-6542-0562)

e-mail: pavlenkosv@yahoo.com

Аннотация. Статья посвящена изучению трансформации книги как одного из старейших и наиболее влиятельных типов медиа в историческом контексте медиареволюций. Характеризуются основные атрибуты медиа, подчеркиваются общие черты книги и других медиа. Рассматривается эволюция и смена речевых, письменных и электронных носителей информации. Анализируются исторические условия и современные тенденции видоизменения книги в аудио и электронном форматах, декларируется влияние этих изменений на классические взаимоотношения между всеми участниками процесса производства и потребления книг.

Масштабные перемены природы книги происходили в условиях четырех медийных революций. Сегодня трансформируются мировой и отечественный книжный рынок, формируются его новые сегменты, проявляются новые возможности и коммуникационные свойства книги как медиа.

Рассматриваются процессы медиатизации, которые изменяют ментальные ориентиры современников и формируют умения и навыки, необходимые для эффективного участия в коммуникационном процессе. Взаимовлияние и видоизменение канала и самого сообщения ведут к модификации восприятия текстов. Эти процессы требуют развития новых медийных компетенций у авторов, книжников, читателей, пользователей и меняют коммуникационные возможности и приоритеты медиапотребителей.

Подчеркивается необходимость создания и применения трансдисциплинарного медиалогического подхода к изучению книги и книжного дела в пространственно-временном контексте.

Ключевые слова: книга, медиа, коммуникация, медиасреда, медийная революция, книжная культура, трансмедиа, цифровизация, электронный книжный рынок

Для цитирования: Лизунова И. В., Павленко С. В. Трансформация книги в условиях медийных революций // *Библиосфера*. 2020. № 1. С. 12–23. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-12-23.

THE BOOK TRANSFORMATIONS IN THE CONTEXT OF MEDIA REVOLUTIONS

Irina V. Lizunova¹, Svetlana V. Pavlenko²

¹ State Public Scientific Technological Library of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Novosibirsk, Russia;

e-mail: 2004liv@ngs.ru

² Jewish Senior Citizen's Centre: Edmonton, Alberta, Canada

Lizunova Irina Vladimirovna,
doctor of historical sciences,
associate professor, head
of Laboratory of Bibliology
SPSTL SB RAS;

ORCID: [0000-0001-7761-9459](https://orcid.org/0000-0001-7761-9459)

e-mail: 2004liv@ngs.ru

Pavlenko Svetlana Veniaminovna,
candidate of philosophical sciences,
Director of JDIC Seniors' Centre;

ORCID: [0000-0002-6542-0562](https://orcid.org/0000-0002-6542-0562)

e-mail: pavlenkosv@yahoo.com

Abstract. The article is devoted to the analysis of book transformation as one of the oldest and the most influential types of media in the historical context of media revolutions. It characterizes the main attributes of media, underlining common features of the book and other types of media.

The article explores the evolution and specific changes of oral, written and electronic information carriers and other types of media in the context of time and space. It analyses historical conditions and the modern tendency to reproduce a book in audio and electronic formats. The article also claims that such transformations make a significant impact on the classical relationship between all participants and stakeholders in book creation, production, distribution and usage.

The authors emphasize the importance and further impact of large-scale changes in the nature of book in the context of media revolutions. The history of humankind has undergone four media revolutions. At present one can observe transforming the world and domestic book markets: new market segments are being formed and continue to develop. The most important trend is the transformation of the book as medium and the appearance of its new features and communication opportunities.

The article considers the processes of mediatization that transform mental landmarks of contemporaries, and form new skills and techniques that are essential in modern communication. Mutual influence and modification of information channels and message itself, lead to the modification the perception of texts. All these processes require the development of new media authors', text creators', publishers', editors', readers/users', media consumers' competences, and ultimately change communication abilities and the priorities of all media consumers.

The authors underline the necessity to create and use a new transdisciplinary mediological approach to book research and its industry in space-time context.

Keywords: book, media, communication, media environment, media revolution, book culture, transmedia, digitalization, electronic book market

Citation: Lizunova I. V., Pavlenko S. V. The Book Transformations in the Context of Media Revolutions. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 12–23. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-12-23.

Received 01.03.2020

Revised 01.04.2020

Accepted 07.04.2020

Введение

Различные типы, исторические модели, сферы применения, технологические вариации медиа сопровождают человечество на всех этапах цивилизационного развития. Медиа – это «средства связи и передачи информации – от самых древних (языки жестов, дымов, барабанов, наскальных рисунков и др.) до новейших, образующих глобальные информационные супермагистрали» (Землянова, 2004, с. 200), от рукописных текстов до социальных сетей. Медиа включают в себя широкий круг явлений и процессов, они многочисленны и многомерны. По мнению английских исследователей А. Бриггз и П. Кобли, за этим понятием

«стоит сложная и разнообразная совокупность структур и видов деятельности, каждая со своим собственным способом коммуникации, своей экономикой, своими границами и своей аудиторией» (Медиа..., 2005, с. 14).

Территория медиа или медийное поле в последние годы неуклонно расширяется. Это связано с лавинообразным распространением информационных технологий для осуществления коммуникаций между людьми, с более интенсивным, чем когда-либо внедрением медиа в социальные процессы, с изменением под их воздействием качества жизни. Современный период развития цивилизации, с подачи М. Маклюэна часто сравниваемый с «глобальной деревней» (Маклюэн, 2005), имеет свои

определенные уникальные характеристики. Одна из них – продолжающаяся *медиа́тизация* общества. Действительно, мир сегодня не просто опосредован медиа, мир сегодня медиатизирован, а по убеждению Ю. Хабермаса, «полностью колонизирован массмедиа» (Habermas, 1984, p. 117). В зарубежной научной литературе существуют четкие различия между дефинициями *медиа́ция* и *медиа́тизация*. Первая означает посредничество, обмен информацией, процесс коммуникации, вторая подразумевает более высокий уровень социальных преобразований, возникающих вследствие коммуникаций на разных этапах жизнедеятельности общества (Couldry, Hepp, 2017, p. 27). Процесс *медиа́ции* был присущ социуму всегда. *Медиа́* являются информационным каналом общества к самому себе. По меткому определению известного немецкого социолога Н. Лумана, «общество – это коммуникация» (Луман, 2005, с. 123). В настоящий момент человечество переживает следующую ступень развития, связанную с *медиа́тизацией* – процессом, когда медиа перестают быть просто посредниками и превращаются в некую среду, «в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» (Кириллова, 2005, с. 21), а преобразования всех социальных практик тесным образом зависят от коммуникационных потоков и инфраструктур в масштабах от местных до глобальных. Все эти трансформации неизбежно отражаются и на «концепте книги в окружающем нас информационном обществе» (Эльяшевич, 2018, с. 73).

В связи с этим актуальна идея французского историка культуры Р. Шартье: «Книги, рукописные или печатные (а ныне электронные), своей физической формой определяют возможную апроприацию дискурсов. Дискурсы всегда материальны: они записаны на страницах книги, их произносит чей-то голос, их можно услышать со сцены; и каждая из этих форм подчиняется собственным правилам и ограничениям. <...> Процессы производства, распространения и чтения текстов неодинаковы в эпоху свитка, кодекса и компьютерного экрана. Порядок книг – это не надъисторический инвариант» (Шартье, 2006, с. 17).

Сегодня невозможно игнорировать тот факт, что книга как медиа «значительных социальных масштабов, культурно значимой и информационно емкой коммуникации» (Костюк, 2015, с. 31) претерпевает серьезные изменения. Причем кардинальные трансформации медиа письменного сообщения, его физической природы всегда приходились на медийные революции. Каким образом менялись сущностные характеристики книги в ходе медиареволюций? Как это отражалось на модификации процессов производства и потреблении текста, моделировании/

создании новых каналов коммуникаций? С какими вызовами *медиа́ тысячелетий* – книга – сталкивается сегодня в условиях новой цифровой медиареволюции?

Феномен медиа: проблема осмысления

Теории медиа исторически зародились еще в середине XX в. В изучении феномена медиа можно говорить о нескольких основополагающих междисциплинарных подходах: социологическом, философском, историческом, культурологическом, лингвистическом. Использование различных методов, разработка собственных концепций, обобщение исторических фактов позволили ученым (Ф. Барбье, Р. Барт, У. Бернстайн, Н. Болц, П. Бурдьё, Э. Буриг, Р. Дебрэ, Я. Занден, Г. Иннис, Г. Лассуэлл, Н. Луман, М. Маклюэн, Ю. Хабермас, Р. Шартье, У. Эко) выйти на понимание специфики функционирования медиа, и в том числе особенностей бытования книги во времени и пространстве. Несмотря на многочисленные медиаисследования, открытие центров, департаментов и факультетов по изучению медиа и коммуникаций в престижных университетах, говорить о создании единой теоретической базы науки о медиа пока еще не приходится в силу разных причин: различия методов изучения, отсутствия общего инструментария. Поэтому вполне объясним наблюдаемый сегодня всплеск интереса к наследию М. Маклюэна. Канадские исследователи, обращаясь к архивам родоначальника Торонтской школы коммуникаций, заново переосмысливают предложенные им концепции, ищут в его трудах и «заметках на полях» подсказки для применения трансдисциплинарных методов в современных исследованиях, пытаются найти золотую середину в подходах точных и гуманитарных наук к феномену медиа, обоснования важных для современного социума характеристик и явлений, объяснения медиа́тизации общества, возможных последствий при переходе к цифровым видам фиксации текста (McEwen, 2019).

Открытый доступ к личной библиотеке, подаренной М. Маклюэном Центру культуры и технологии (The Centre for Culture and Technology), созданному им же при Университете Торонто в 1963 г., позволил увидеть, что работа с текстами, комментарии на полях для него самого были особой формой медиапрактики. Архив дает возможность переосмысления концепций «человека печатающего», «галактики Гутенберга», «галактики Маркони», понимания роли в этих процессах печатных и электронных медиа, вдохновляет исследователей на выдвижение новых концепций (Young, 2019).

Отечественные ученые, соглашаясь с утверждением М. Маклюэна, что жизнь социума

детерминирована медиа, изучают различные стороны и аспекты их деятельности, пытаются понять их природу, функции и назначение в современном мире, выявить в этой связи характеристики книги как медиа.

При этом книговедческий подход к изучению книги как медиа в российской науке лишь только начинает формироваться. Одним из первых к медийной природе книги в ее исторической динамике обратился директор издательства «Директ-Медиа» К. Н. Костюк, издатель, практик, ученый, автор монографии «Книга в новой медийной среде». Рассматривая медийную природу книги в ретроспективе, К. Н. Костюк приходит к интересным выводам о ее прошлом и настоящем, делится своими соображениями о развитии рынка электронных книг, перспективах книги в новой медиасреде, уделяет внимание будущему традиционных и электронных библиотек. «Совершенно новаторское для отечественного дискурса исследование», по мнению профессора Д. А. Эльяшевича, представителя Санкт-Петербургской школы книговедения, «...позволяет наконец приступить к изложению позитивной программы развития теоретического раздела науки о книге и нашего видения перспектив ее “жизни после смерти”» (Эльяшевич, 2018, с. 73). В статье «Книговедение: жизнь после смерти» Д. А. Эльяшевич поднимает сегодняшние проблемы существования книговедения (оторванность от мировой исследовательской практики, ошибочность документологического подхода), говорит о необходимости, перспективности и полифоничности медиалогической трактовки книговедения. Медиалогический подход к изучению книги и книжного дела «позволит снять многие проблемы и превратить книговедческое знание в более или менее стройную непротиворечивую систему» (Эльяшевич, 2018, с. 77).

Постепенно и отечественные книговеды приходят к пониманию медийной природы книги. О коммуникационной сущности книги как культурно-исторического явления в свое время писала А. А. Беловицкая (Беловицкая, 1987, с. 167). О книжности как специфическом типе коммуникативной культуры говорит А. В. Соколов (Соколов, 2010). В трактовке А. В. Штолера смена технологических платформ и десакрализация книги превращает ее в средство массовой коммуникации (Штолер, 2011).

Профессор Б. В. Ленский, анализируя современный уровень развития книжного дела в стране, утверждает, что книга по-прежнему остается важнейшим средством коммуникации. В условиях стремительного распространения цифровых технологий, книга больше не конкурирует, а видоизменяясь и конвергируя с другими медиа, обретает новые возможности, становится доступнее читателю (Ленский, 2019).

Осознание того, что традиционную книгу необходимо изучать с позиций медийного подхода, сегодня начинает превалировать в широкой научной среде. Об этом, в частности, пишет О. В. Сергеева, утверждая, что исследование книги как медиа крайне важно, поскольку цифровизация вызвала к жизни экранные тексты и повлияла на специфические характеристики книги (Сергеева, 2011).

Книга как медиа

Интерес к медиа в целом, к особенностям их функционирования и книги как «первородного» медиа, во всем мире сегодня чрезвычайно широк и обусловлен их ролью и влиянием на социальные процессы, коммуникационные практики и потребности людей. При этом само понятие продолжает оставаться дискуссионным, толковаться либо слишком узко, либо, напротив, преподносится достаточно широко. Так, в российской научной традиции сформировался и продолжает вносить некую путаницу известный стереотип, будто медиа – это всего лишь другое название средств массовой информации. В реальности и пресса, и радио, и телевидение являются лишь одними из типов медиа (точнее массмедиа, если следовать отечественной традиции), охватывающих самые разные способы коммуникации (Лизунова, 2018). Книги, газеты, журналы, радио, телевидение сближают общие черты (обращенность к массовой аудитории, доступность большинству людей, корпоративный характер производства и распространенность контента, возможность организации свободного времени и борьба за внимание социума) и подтверждают их общую медийную сущность (Лизунова, 2018, с. 201).

Под термином «медиа» подразумевается конкретный носитель информации, канал, который используется для передачи и производств сообщения, контента. Книга является таким каналом, посредством которого транслируются тексты, культурные коды, нарративы и дискурсы. Канадский социолог Д. Холл сравнивал книгу с «диалоговым устройством хранения и прямого доступа к информации в реальном масштабе времени» (Hall, 1979, p. 27). Книга, будучи медиа, меняет свою физическую природу: формат, способы фиксации, воспроизводства и репродуцируемости в зависимости от коммуникационных потребностей, технологических возможностей и пространственно-временных характеристик (хронотопа) социума. Эти характеристики сближают книгу с другими типами медиа: речевыми, письменными, электронными. Изменчивость, текучесть, моделирование медиа, развитие новых компетенций в процессе кодирования, медиации и декодирования текста,

необходимых для кодификации правил и общения (Кирия, Новикова, 2017, с. 28), для создания и потребления книги в историческом хронотопе, последовательно влияют на динамику развития книжного дела в историческом контексте различных социумов. Через призму коммуникационного понимания книжное дело видится медиатором – организатором создания текстов – совокупности культурных кодов/смыслов, выраженных в знаковой форме, их трансляции, конвергенции, тиражирования и потребления целевой аудиторией. Моделирование формата, способов сохранения, тиражирования и распространения книги как медиа неизбежно изменяет и саму коммуникацию, и медиатора коммуникации текстов – книжное дело. «Канал моделирует сообщение, сообщение моделирует канал. Такой взгляд на книгу позволяет рассмотреть в рамках одного широкого подхода не только все ее исторические формы, от наскального рисунка до находящихся под напряжением кристаллов на экране ридера, но и медиаторов – камнетеса, писца, типографа, издателя, веб-мастера, – и приблизиться к пониманию причин их смены и дальнейшей эволюции» (Эльяшевич, 2018, с. 76).

Влияние медийных революций на книгу и социум

Поскольку книга является медиа, коммуникационным каналом, изменение физической природы медиа неизбежно влияет на трансформацию книги, на приобретение последней новых, неизвестных ранее возможностей. Процессы медиатизации, цифровизации, глобализации мира, рождение новых и масштабных изменений многочисленных медиа, и в том числе книги, происходят на наших глазах. Подобные кардинальные перемены медийной природы книги в истории человечества уже известны. Они осуществлялись в ходе так называемых *медийных революций*,

то есть качественных скачков в трансформации способов производства, передачи и потребления сообщений, преобразования каналов коммуникации, изменения функционирования медиа.

Первая медиареволюция, как известно, была обусловлена возникновением речи. Устная речь возникла в процессе эволюции коммуникативных форм (из жестов) в доисторический период (в 40–35 тыс. до н. э.) и, по всей видимости, была обусловлена усложнением быта, коллективной жизнедеятельности людей, созданием первых социальных образований (микрореспублик). Речь является конвергентным медиа, так как включает в себя само сообщение (смысл), способы его произнесения (звук, голос), инструменты интерактива (к кому обращена). Речевые медиа первичны, они являются главным носителем языка и основой письменности. Древнегреческие города-полисы стали образцом построения микрореспублик именно на речевой коммуникации, поскольку вся публичная жизнь общества проходила на собраниях, в открытых выступлениях с устной аргументацией. В Древней Греции, а позднее и в Древнем Риме зародилось ораторское искусство, оформилась архитектура публичных пространств для осуществления речевых практик: амфитеатры, залы судов, лекционные аудитории. Речевые медиа сопровождают человечество всю жизнь, устные сообщения составляют основу социальной коммуникации. В целях большего воздействия на аудиторию голос усиливался при помощи глашатаев, а много позже и через акустические системы, микрофоны и т. п. Эволюция речевых медиа продолжилась в XX в. с изобретением новых возможностей передачи речи на расстоянии, а затем и сохранения во времени: телефона, фонографа, граммофона, радио, магнитофона, аудиокниги (табл. 1).

Технические изобретения позволили ликвидировать уязвимость устных медиа, расширить

Таблица 1. Эволюция речевых медиа^{*}

Table 1. Evolution of speech media

Носители звука	Воспроизводство	Репродуцируемость	Фиксация	Доступность во времени	Доступность в пространстве
Устная речь	Низкое	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая
Телефон	Низкое	Низкая	Низкая	Низкая	Высокая
Фонограф	Низкое	Высокая	Высокая	Низкая	Высокая
Радио	Высокое	Высокая	Низкая	Низкая	Высокая
Магнитная запись	Высокое	Высокая	Низкая	Высокая	Высокая
Цифровая запись	Высокое	Высокая	Высокая	Высокая	Высокая

^{*} Таблица составлена авторами статьи с использованием данных (Кирия, Новикова, 2017, с. 80).

границы голоса как медиа и ограниченность (краткосрочность) человеческой памяти, повысив их основные свойства: сохраняемость, тиражируемость и доступность во времени и пространстве.

Последнее обстоятельство, но главное, совершенствование коммуникаций, потребности в фиксации слова и передачи его удаленным адресатам, стали предтечей свершения *второй медийной революции – зарождения письменности*. Письменность возникла в IV тыс. до н. э. и долгое время являлась смысловым аналогом речи. Дальнейшее развитие письменных медиа определили (табл. 2): совершенствование систем письменности (от пиктографии, идеографии к алфавитному письму), эволюция носителей (от камня, глиняных табличек и папируса, до пергамента и бумаги), развитие формы и организации книги (от свитка к кодексу) и, наконец, изменение способов воспроизводства (от рукописного к печатному).

Фактически до XV столетия книга оставалась произведением устной культуры. Книжное дело было специфическим и закрытым видом деятельности, а копирование книг являлось трудоемким процессом. Однако со временем именно письменная речь стала доминировать в культуре, увеличилось количество выпускаемых книг. Это подтверждают данные французского историка книги Ф. Барбье, по подсчетам которого количество изготавливаемых в Европе книг за восемь столетий – с VIII по XV – возросло почти в 30 раз (Barbier, 2006, p. 49–53) (рис. 1). На возрастающую динамику производства книг указывают и другие исследования европейских ученых (Buringh, Zanden, 2009, p. 416–417) (рис. 2).

По мнению Г. Инниса, еще одного яркого представителя Торонтской школы коммуникаций, именно письменные медиа способствовали возникновению социальных иерархий,

обусловили формирование общественных и государственных институтов. Письменность сформировала монополию знаний, а книга приобрела роль основополагающего проводника знаний (Innis, 2008, p. 35).

Изобретение книгопечатания в XV в. – третья революция – повлекла за собой колоссальные медийные и социальные преобразования. Это привело к быстрому распространению печатных прессов по Европе, увеличению объемов книгопроизводства и разнообразия печатной продукции. Массовое тиражирование книг повлияло на сохранение знаний, доступность книг населению – на их дальнейшее распространение. Оформился типографский промысел, преобразовались книгопечатные профессии, появился подлинный автор рукописи (не тот, кто диктует текст, и не переписчик) и издатель.

Эволюция книги как медиа прежде всего коснулась ее структуры. Тиражирование потребовало изменения печатной формы, введения практики стандартизации и унификации (разбивки текста на страницы, появления титульного листа, заголовков, иллюстраций). М. Маклюэн утверждал, что именно визуальная организация текста не просто превратила его в самостоятельное произведение, а изменила ментальные практики читателей (Маклюэн, 2005).

Книгоиздание повлекло за собой фундаментальные социальные изменения: духовные (Реформацию) и культурные (эпоха Возрождения, эпоха Просвещения). Оно дало толчок повышению уровня грамотности народов Европы, развитию литературы на национальных языках, становлению науки, формированию национальных государств.

Галактика Гутенберга одержала верх над галактикой устной культуры. В эпоху книгопечатной революции письменные медиа получили приоритет над речевыми. Третья медиареволюция

Таблица 2. Эволюция письменных медиа*

Table 2. Evolution of written media

Носители текста	Воспроизводство	Репродуцируемость	Фиксация	Доступность во времени	Доступность в пространстве
Камень	Низкое	Низкая	Высокая	Высокая	Низкая
Глина	Низкое	Высокая	Низкая	Низкая	Низкая
Воск	Низкое	Высокая	Низкая	Низкая	Низкая
Ткань	Низкое	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая
Береста	Низкое	Высокая	Низкая	Низкая	Низкая
Папирус	Низкое	Высокая	Низкая	Низкая	Низкая
Пергамент	Низкое	Низкая	Высокая	Высокая	Низкая
Бумага	Высокое	Высокая	Высокая	Высокая	Высокая

* Таблица составлена авторами статьи.

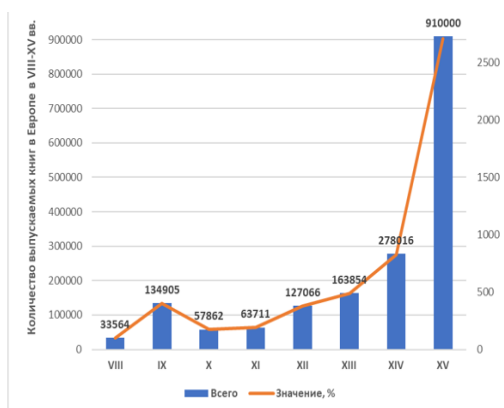


Рис. 1. Количество выпускаемых книг в Европе в VIII–XV вв. (по подсчетам Ф. Барбье)*
 Fig. 1. Number of books published in Europe in the 8–15th centuries (according to F. Barbier)

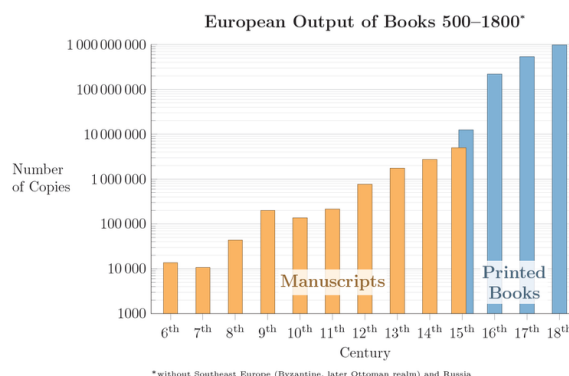


Рис. 2. Количество выпускаемых книг в Европе в VI–XVIII вв. (по подсчетам Э. Буринга и Я. Зандена)**
 Fig. 2. Number of books published in Europe in the 6th–18th centuries (according to E. Buring and J. Zanden)

* Под книгой исследователями понимается письменный материал, содержащий более 49 страниц.

** Без данных Юго-Востока Европы (территорий Византии, позднее Османского царства) и Руси.

способствовала лавинообразному росту количества книжной продукции. По подсчетам нидерландских исследователей, репродуцируемость книг с VI по XVIII в. в Европе возросла в 10 000 раз, причем основной всплеск книгопроизводства пришелся на внедрение печатного прессы, механизацию труда книжников (Buringh, Zanden, 2009, с. 416–417) (рис. 2). «Индустриальная эпоха наконец принесла письменному слову полновластие. Ничего не изменив в процессе подготовки сообщения, она, создав технологии удаленного восприятия, радикально расширила возможности его транслирования..., радикально умножила потенциальность смыслов. Первенство письменного абстрактного слова позволило обосновать самоценность и самодостаточность областей, созданных этим словом, сделать их базовой частью современной культуры» (Костюк, 2015, с. 57).

По данным польского исследователя Б. Ивиньского, динамика мирового книгоиздания в XVI–XIX вв. продолжала нарастать, только за четыре столетия, в XVI–XIX вв., выпуск книг в мире увеличился в 30 раз (рис. 3) (Ивиньский, 1968). Эта тенденция сохранилась и в XX в., и традиционный бумажный издательский мир вступил в пору новых медийных потрясений, на путь нового коммуникационного этапа развития цивилизации.

В условиях четвертой медийной революции, свидетелями которой мы являемся, с печатным словом начинают конкурировать электронные медиа. С повсеместным внедрением «цифры» приоритет традиционной печатной книги впервые оспаривается. Инновации XX–XXI вв., связанные с развитием электрических и электронных коммуникаций, прогрессом средств связи, созданием телеграфа, телефона, радио,

телевидения, компьютерных технологий, изобретением машиночитаемой записи текста породили новые технологии создания, хранения, обработки, поиска и передачи сообщений в мировом масштабе. Научно-технический прогресс XX в., механизация и компьютеризация книгопроизводства сказались на темпах роста книжного выпуска. По подсчетам Б. В. Ленского, к 2000 г. ежегодный мировой выпуск книг и брошюр за пятьдесят прошедших лет увеличился в пять раз, а по сравнению с 1900 – почти в десять раз (Ленский, 2017, с. 34) (рис. 4). Как это ни парадоксально, но цифровизация способствует развитию традиционного книгоиздания. Рост мирового книжного рынка столь значителен, что статистические организации не успевают за его становлением и не располагают реальными цифрами не только существующих в XXI в. издающих организаций (по данным Международной ассоциации издателей, в 2015 г. насчитывалось более 1 млн активных издателей в более чем двухстах странах) (Ленский, 1999, с. 52), но и реально выпускаемых в мире печатных книг и брошюр (в первые годы XXI в. выпуск книг странами лидерами мирового книгоиздания Китаем, США, Великобританией и Германией суммарно превышал 1 млн по наименованиям в год) (Ивиньский, 1968, с. 36). В XXI в. параллельно развиваются тенденции: сохраняющиеся высокие темпы развития традиционного книгопроизводства, появление новых издательств, всплеск альтернативного книгоиздания и самиздата при одновременном бурном расцвете электронного книжного рынка. И хотя говорить о закате галактики Гутенберга еще не приходится, тем не менее можно констатировать не просто рождение, а реальное

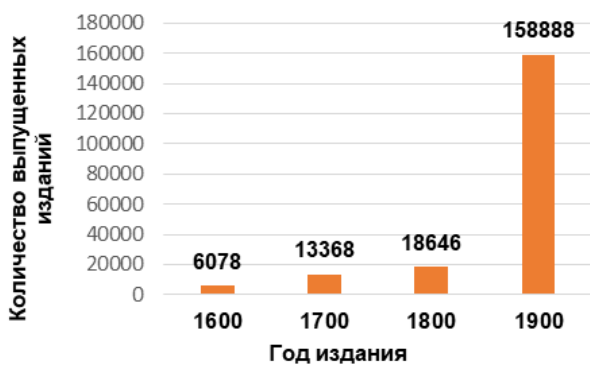


Рис. 3. Количество выпускаемых книг в мире в XVI–XIX вв. (по подсчетам Б. Ивиньского)
Fig. 3. Number of books published in the world in the 16th-19th centuries (according to B. Ivinsky)

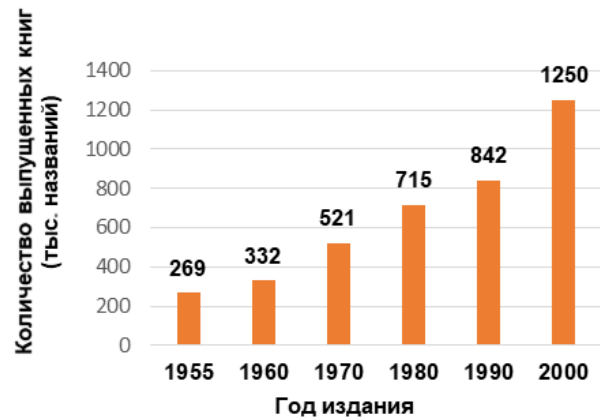


Рис. 4. Количество выпускаемых книг в мире в XX в. (по подсчетам Б. В. Ленского)
Fig. 4. Number of books published in the world in the 20th century (according to B.V. Lensky)

присутствие и мощное влияние на современников нового, изменчивого, многомерного, мультимедийного и трансмедийного цифрового мира. Цифровизация как объективный процесс вытеснения всего аналогового из технологий, культуры, экономики, перехода печатных и аудиовизуальных медиа в онлайн-формат формирует интерактивную и взаимозависимую глобальную медиасферу. Она влияет и на медиапотребителей, формируя у них новые медийные навыки читателя/слушателя/пользователя/юзера/геймера/блогера, погружая в виртуальные и когнитивные пространства медиасреды. Медиатизация общества меняет ментальные ориентиры современников, формирует новые умения и компетенции.

Цифровая медиареволюция. Трансмедиа – основа электронного книжного рынка

Цифровая трансформация, модификация носителей контента привели к трансформации книги как медиа. Р. Шартье рассуждает об этом: «Если раньше книга, письменный текст, чтение противостояли экрану и изображению, то теперь сложилась новая ситуация: у письменной культуры появился новый носитель, а у книги – новая форма» (Шартье, 2006, с. 230). Значительному влиянию, по его мнению, подвергается и само привычное для нас определение «книги». «Цифровая техника заставляет нас пересмотреть это определение: все тексты становятся подвижными, пластичными, открытыми, а любая письменная продукция – электронная почта, базы данных, интернет-сайты, книги и тому подобное – приобретает почти одинаковую форму» (Шартье, 2009).

Электронные медиа, ориентированные на коммуникации и существующие внутри них, создают сетевые коммуникации. Электронная книга, приобретая свойства цифровых медиа,

значительным образом расширяет свои возможности. Она уже не просто является каналом информационного сообщения, e-книга создает свою коммуникативную сеть между автором, издателем и читателем, в которой возможна замена ролей субъектов коммуникаций, но главное, сам текст уже не является единственным и ценным содержанием сообщения. Электронная книга приобретает новые, неизвестные ей ранее коммуникационные свойства.

По мнению М. Колмана, президента Международной ассоциации издателей (API) и вице-президента издательского дома Elsevier, представление о том, что книга имеет один формат, больше не соответствует реальности (Колман, 2019). В конце второго десятилетия XXI в. реальностью стали различные рынки и различные способы создания, тиражирования, распространения и потребления книжного контента. Цифровая среда расширяет потенциал электронной книги: ее можно слушать, читать с экрана устройства для чтения, компьютера, планшета, мобильного телефона, она полностью меняет издательский мир, формирует новые глобальные тенденции развития.

О разрушении привычных издательских традиций говорит и крупнейший российский издатель О. Новиков: «Платформы, самиздат, подписная модель – для традиционного издательского бизнеса это, с одной стороны, возможность донести контент до читателя, а с другой, и угроза, ведь завтра автор может начать работать напрямую с платформой, отстранив издателей от цепочки создания книги» (Колман, 2019). И хотя объемы потребления бумажных, аудио и электронных книг в последние годы растут, другие виды цифрового контента, конкурирующие с книгами, развиваются более динамично. Это подтверждают данные соцопросов о времяпрепровождении современников.



Рис. 5. Структура медиапотребления россиян в 2008 г., в %

Fig. 5. Structure of media consumption in Russia in 2008, per cent

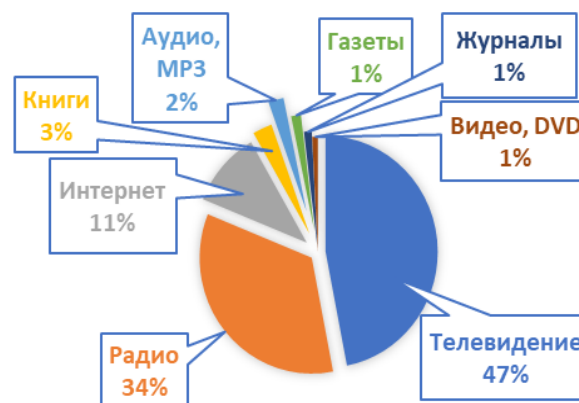


Рис. 6. Структура медиапотребления россиян в 2018 г., в %

Fig. 6. Structure of media consumption in Russia in 2018, per cent

В последнее десятилетие у россиян устойчиво растет потребление телевидения, радио и интернета. Причем благодаря последнему фактору, усиливается конкуренция за свободное время граждан между медиа в электронном пространстве (Книгоиздание..., 2009; Книжный..., 2019) (рис. 5, 6). Наряду с этим растет и доля соотечественников, любящих читать, причем драйвером увеличения количества читателей являются именно электронные книги (Книжный..., 2019).

Положительную динамику в последние годы демонстрирует также и оборот отечественного книжного рынка (Книгоиздание..., 2009) (рис. 7). Но особенно впечатляющим остается рост электронного книгоиздания (35% в 2018 г. по сравнению с 2017 г.), который по самым оптимистичным оценкам экспертов в ближайшие годы только продолжится (Колман, 2019).

И хотя расширение электронного книжного рынка в отдельных странах мира приостановилось, самиздат и аудиокниги остаются драйверами его роста. Несмотря на то что реальных цифр по самиздату не существует, специалисты многих стран уверены, что объем его потребления сопоставим с продажей электронных книг. Так, аналитики американского сайта Author Earnings утверждают, что статистика недооценивает рынок самиздата. По данным Nielsen BookScan, в Великобритании книги независимых авторов составили в 2015 г. 22% от штучных продаж электронных изданий в 2015 г. по сравнению с 16% в 2014 г. (Дела..., 2016).

Но особенно впечатляющим во всем мире остается рост популярности у читателей аудиокниг. Например, в странах Северной Америки наблюдается стабильный рост интереса к аудиокнигам, который объясняется возможностью «чтения без использования глаз», что немало важно для людей старшего возраста и людей с ограниченными физическими возможностями;

простотой прослушивания книг при вождении автомобиля, более низкой стоимостью по сравнению с печатными изданиями. The New York Times печатает еженедельные рецензии на книги с 1896 г., а с марта 2018 г. начала публиковать воскресную рецензию на наиболее продаваемые аудиокниги. Редактор The New York Times Book Review, П. Поул объясняет эту тенденцию ростом спроса на аудиокниги и необходимостью обеспечения читателей газеты проверенной информацией о новинках книжного рынка в целом (На, Cohen, 2018). Интересной тенденцией в североамериканском книгопроизводстве становится желание многих успешно издаваемых авторов выпускать свои новые книги только в аудиоформате, минуя печатный и электронный формат.

Основываясь на статистических данных Ассоциации американских издателей, можно наблюдать тенденцию, которая демонстрирует, что с 2013 по 2018 г. продажа электронных книг снизилась, печатных книг осталась на том же уровне, а аудиокниг утроилась (Alter, 2018).

Мировой книжный рынок продолжает модифицироваться. Согласно данным информационно-консалтингового агентства We are social, 58,7% жителей планеты (4,57 млрд человек) к 2020 г. были подключены к интернету¹; мобильными устройствами пользовалась больше половины населения земли – 66,77% (5,17 млрд человек)²; в соцсетях было зарегистрировано более 47% (3,66 млрд человек)³. Издательский продукт все глубже интегрируется

¹ World Internet users and 2020 population stats. URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (accessed 03.03.2020).

² Доклад о состоянии цифровых технологий в мире в 2019 году URL: <https://hootsuite.com/pages/digital-in-2019> (дата обращения: 03.03.2020).

³ Сколько смартфонов в мире? URL: <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-phones-are-in-the-world> (дата обращения: 03.03.2020).

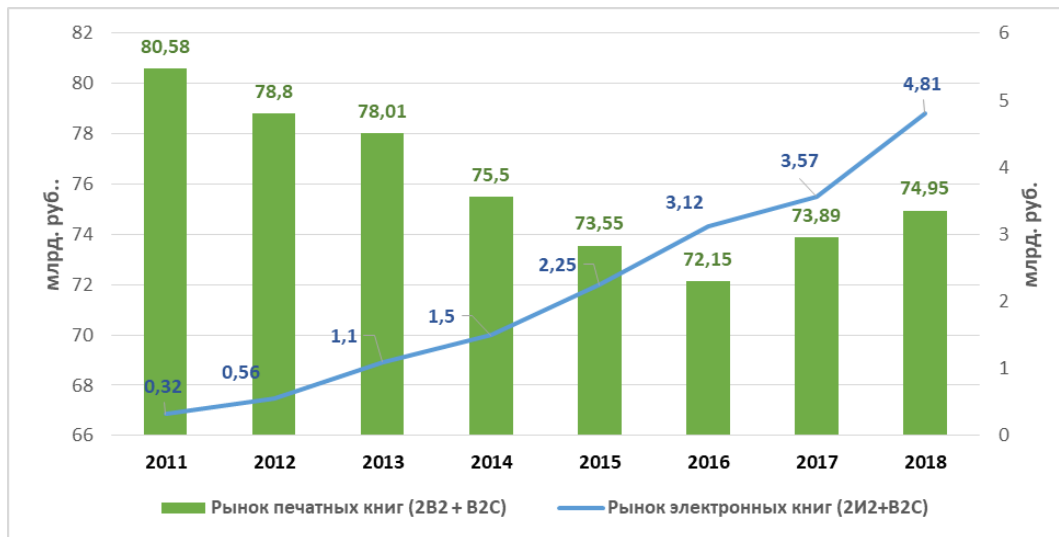


Рис. 7. Динамика рынка традиционных и электронных книг в России в 2011–2018 гг.
Fig. 7. Dynamics of the traditional book and e-book market in Russia in 2011–2018

с социальными медиа, в крупнейших мировых социальных сетях возникают издательские, читательские сообщества (Лизунова, 2016). Вызовы цифрового века заставляют издателей меняться, осваивать новые технологии и информационные каналы, осваивать разнообразные коммуникации с читателями по предпочитаемым ими каналам связи (соцсети, мессенджеры, интернет-ресурсы о книгах, аудио- и видеоподкасты).

Сегодня достаточно большое количество западных исследователей говорит о том, что будущее книг, в том числе и электронных, лежит в плоскости трансмедиа, через их превращение в некую комбинированную систему с элементами телевидения (видеовставками), интерактивными картинками и играми (Baekdal, 2011). Вводимое ими понятие *трансмедиа* предполагает использование различных медиа для продвижения определенного контента и вовлечения широкой аудитории, которая при воспроизводстве лишь одного медиа не будет охвачена. Основным критерием успешного формирования *трансмедиа* считается экономический результат (прибыль) (Jenkins, 2006).

Примеров применения трансмедиа в современной коммуникации можно найти достаточно много. Например, корпорация Marvel Entertainment LLC, владеющая авторскими правами на брэнд «Человек-паук», издает дополнительные выпуски к классическому комиксу с оттенком романтизма для привлечения женской аудитории («Мэри Джейн любит Человека-паука»); книги-раскраски и игрушки для привлечения детской аудитории; художественные фильмы, телевизионные шоу и компьютерные игры для привлечения более широкой аудитории. Помимо этого, компания использует данный брэнд в музыкальной сфере и в рекламных целях для продвижения продовольственных

и хозяйственных товаров по всему миру (Freeman, Gambarato, 2019).

По мнению О. Новикова, сегодня в руках издателя сосредоточены удивительные возможности, позволяющие, проанализировав поведение читателей того или иного стиля жизни, с большой точностью предсказать, какие книги придется им по вкусу и предложить им эти книги. «Современный книжный бизнес уникален тем, что можно с точностью определить емкость той или иной ниши и в кратчайшие сроки пройти этап от проекта до запуска, отработав по самому широкому спектру потребностей читателя» (Новиков и др., 2020). Этот потенциал работы с читателями появился у современных издателей благодаря новым цифровым технологиям. Вопрос теперь в том, как, имея огромный арсенал средств общения и влияния на медиапотребителей, издатели смогут им распорядиться. Ведь не так важно, в каком формате предстанет перед нами книга, как насколько ценны ее содержание и способность соответствовать запросам времени, читательским интересам современников.

Выводы

Книга, являясь одной из старейших форм медиа, в ходе медийных революций трансформировалась сама, модифицировала социум и пространство вокруг. Сегодня мы наблюдаем одну из самых кардинальных медиареволюций в истории человечества. Четвертая революция не сопоставима с предыдущими по скорости распространения и влияния на трансформацию книги: видоизменяются форматы книги, формируются новые уникальные сегменты книжного рынка, расширяются и усложняются практики медиапотребления, возникают и развиваются новые медийные компетенции у всех

участников кодирования, медиации и раскодирования текстов. В цифровое пространство уходит не только сама книга, но и коммуникационная среда, существующая вокруг книги, формируется ее новая инфраструктура.

Глобальные изменения в способах создания, производства, фиксации и репродуцирования книг, появление электронных текстов неизбежно влекут за собой фундаментальные культурные и социальные последствия. Происходящая медийная революция трансформирует наши умения и навыки, связанные с письменной культурой и культурой коммуникации в целом.

Переворот в системе восприятия текстов (цифрового контента) и работы с ними (смещение роли автора-издателя-читателя), требует и формирует новые, совершенно иные компетенции, на наших глазах рождает новую конвергентную, трансмедийную культуру, трансформирует

свойства и возможности книги в цифровом медиaprостранстве.

Будущее традиционной и электронной книги сегодня невозможно предугадать: возникает много новых вопросов, требующих дальнейшего изучения, например, перейдет ли традиционный формат книги в плоскость трансмедиа или возникнет принципиально новая структура медиапотребления; как изменится взаимодействие автора и издателя при бурном росте платформ для электронных и аудиокниг в виртуальном пространстве; сумеет ли спрогнозировать книжный рынок грядущие тенденции в сферах медиапроизводства и медиапотребления? В очередной раз книга находится в эпицентре медийной революции, последствия которой будут масштабными как для нее самой, ее инфраструктуры, коммуникационной среды, так и для всего социума, и для каждого медиапотребителя.

Список источников / References

- Беловицкая А. А. Общее книговедение : учебное пособие. Москва : Книга, 1987. 256 с. ; Belovitskaya AA (1987) *General bibliography: a manual* [Obshchee knigovedenie: ucheb. posobie]. Moscow: Kniga. (In Russ.).
- Дела на рынке: глобальный рынок электронных книг 2014–2015 // Книжная индустрия. 2016 ; (2016) Situation in the market: global market for electronic books 2014–2015. *Knizhnaya industriya*. URL: <https://www.bookind.ru/categories/abroad/3975/> (дата обращения = accessed 20.06.2016). (In Russ.).
- Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации : англо-русский толковый словарь концепций и терминов. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2004. 416 с. ; Zemlyanova LM (2004) *Communication science and media: English-Russian explanatory dictionary of concepts and terms* [Kommunikativistika i sredstva informatsii: anglo-russkii tolkovyi slovar' kontseptsii i terminov]. Moscow: Moscow Univ. Publ. (In Russ.).
- Ивинский Б. Из доклада польского библиографа Болеслава Ивинского на Международном библиографическом конгрессе в 1910 г. в Брюсселе // Книга. Исследования и материалы. Москва, 1968. Сб. 16. С. 86–87 ; Ivin'skii B (1968) From the report of the Polish bibliographer Boleslav Ivin'skiy at the International Bibliographic Congress in 1910 in Brussels. *Kniga. Issledovanie i materialy*, 16: 86–87. (In Russ.).
- Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. Москва : Акад. проект, 2005. 448 с. ; Kirillova NB (2005) *Media culture: from modern to postmodern* [Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu]. Moscow: Acad. project. (In Russ.).
- Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа. Москва : ВШЭ, 2017. 423 с. ; Kiriya IV and Novikova AA (2017) *History and theory of media* [Istoriya i teoriya media]. Moscow: VShE. (In Russ.).

- Книгоиздание в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой аналитический доклад. Москва, 2009. 119 с. ; (2009) *Book publishing in Russia. Status, trends and development prospects. Industry analytical report* [Knigoizdaniye v Rossii. Sostoyaniye, tendentsii i perspektivy razvitiya. Otrasleyoy analiticheskiy doklad]. Moscow. (In Russ.).
- Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой отчет. Москва, 2019. 89 с. ; (2019) *Book market of Russia. Status, trends and development prospects. Industry report* [Knizhnyi ryok Rossii. Sostoyanie, tendentsii i perspektivy razvitiya. Otrasleyoi otchet]. Moscow. (In Russ.).
- Колман М. Книжная индустрия и вызовы цифровой эпохи // Книжная индустрия. 2019 ; Kolman M (2019) Book industry and the digital age challenges. *Knizhnaya industriya*. URL: <https://www.bookind.ru/events/8405/> (дата обращения = accessed 13.04.2019). (In Russ.).
- Костюк К. Книга в новой медийной среде. Москва : Директ-Медиа, 2015. 432 с. ; Kostyuk K (2015) *Book in a new media environment* [Kniga v novoi mediinoi srede]. Moscow: Direct Media. (In Russ.).
- Ленский Б. В. Книга и книжное дело в XXI веке: первые 15 лет // Книга: Сибирь-Евразия : тр. I Междунар. науч. конгр. Новосибирск, 2017. Т. 1. С. 31–38 ; Lenskii BV (2017) Book and book business in the XXI century: the first 15 years. *Kniga: Sibir' – Evraziya : tr. I Mezhdunar. nauch. kongr. Novosibirsk*, vol. 1, pp. 31–38. (In Russ.).
- Ленский Б. В. Книжная культура и культура книги: диалектика слова и жеста // Современные проблемы книжной культуры: основные тенденции и перспективы развития. Минск ; Москва, 2019. С. 80–86 ; Lensky BV (2019) Book culture and culture of book: the dialectics of words and gestures. *Sovremennye problemy knizhnoi kul'tury: osnovnye tendentsii i perspektivy razvitiya*. Minsk ; Moskva, pp. 80–86. (In Russ.).
- Ленский Б. В. Россия в мировом книгоиздании // Книга. Исследования и материалы. Москва, 1999.

- Сб. 77. С. 40–59 ; Lenskii BV (1999) Russia in the world book publishing. *Kniga. Issledovanie i materialy*, 77: 40-59. (In Russ.).
- Лизунова И. В. Книга как медиа: эволюция в цифровую эпоху // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. Т. 217. С. 112–115 ; Lizunova IV (2018) Book as a media: evolution in the digital age. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*, 217: 112-115. (In Russ.).
- Лизунова И. В. Социальные медиа как интерактивная цифровая среда популяризации книги и чтения // Книга: Сибирь-Евразия : тр. I Междунар. науч. конгр. . Новосибирск, 2016. Т. 3. С. 92–108 ; Lizunova IV (2016) Social media as an interactive digital environment for popularizing books and reading. *Kniga: Sibir'-Evraziya: tr. I Mezhdunar. nauch. kongr. Novosibirsk*, vol. 3, pp. 92-108. (In Russ.).
- Луман Н. Реальность массмедиа. Москва : Праксис, 2005. 256 с. ; Luman N (2005) *The reality of mass media* [Real'nost' massmedia]. Moscow: Praxis. (In Russ.).
- Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление целовека печатающего. Москва : Акад. проект, 2005. 496 с. ; McLuhan M (2005) *The Gutenberg galaxy. Forming a man typing* [Galaktika Gutenberga. Stanovlenie cheloveka pechatayushchego]. Moscow: Acad. project. (In Russ.).
- Медиа. Введение : учеб. пособие / ред.: А. Бриггз, П. Кобли. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 505 с. ; Briggs A and Cobley P (eds) (2005) *Media. Introduction: a manual* [Madia. Vvedenie: ucheb. posobie]. Moscow: UNITY-DANA. (In Russ.).
- Новиков О., Дуда В., Дымов В., Анурьев С. Что происходит с книжным рынком // ReadRate. 2020 ; Novikov O, Duda V, Dumov V, Anur'ev S (2020) What happens to the book market. *ReadRate*. URL: <https://readrate.com/rus/news/chto-proiskhodit-s-knizhnym-rynkom> (дата обращения = accessed 10.10.2019). (In Russ.).
- Сергеева О. В. Книги как медиа // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия. 7. Философия. 2011. № 1. С. 68–74 ; Sergeeva OV (2011) Books as media. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya. 7. Filosofiya*, 1: 68-74. (In Russ.).
- Соколов А. В. Книжность. Интернет. Интеллигентность // Библиотекоеведение. 2010. № 3. С. 21–27 ; Sokolov AV (2010) Bookness. The Internet. Intelligence. *Bibliotekovedenie*, 3: 21-27. (In Russ.).
- Шартье Р. Письменная культура и общество. Москва : Нов. изд-во 2006. 272 с. ; Shart'e R (2006) *Written culture and society* [Pis'mennaya kul'tura i obshchestvo]. Moscow: Nov. izd-vo. (In Russ.).
- Шартье Р. Читатель в постоянно меняющемся мире // Иностранная литература. 2009. № 7 ; Shart'e R (2009) A reader in an ever-changing world. *Inostrannaya literatura*, 7. URL: <https://magazines.gorky.media/inostran/2009/7/chitatel-v-postoyanno-menyayushhemsya-mire.html> (дата обращения = accessed 13.04.2019). (In Russ.).
- Штолер А. В. Технологические аспекты эволюции книжной культуры // Труды ГПНТБ СО РАН. 2011. Вып. 2. С. 64–70 ; Shtoler AV (2011) Technological aspects of the evolution of book culture. *Trudy GPNTB SO RAN*, 2: 64-70. (In Russ.).
- Эльясевич Д. А. Книговедение: жизнь после смерти // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. Т. 217. С. 55–81 ; Elyashevich DA (2018) Bibliology: life after death. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*, 217: 55-81. (In Russ.).
- Alter A (2018) Want to read Michael Lewis's next work? You'll be able to listen to it first. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2018/06/02/books/audible-michael-lewis-audiobooks.html> (accessed 20.06.2018).
- Baekdal T (2011) Why books are still a powerful media? *Baekdal Plus*. URL: <https://www.baekdal.com/trends/why-books-are-still-a-powerful-media> (accessed 21.02. 2020).
- Barbier F (2006) *Histoires du livre*. Paris: Armand Collin. 433 p.
- Buringh E and Zanden J (2009) Charting the «Rise of the West»: manuscripts and printed books in Europe, a long-term perspective from the sixth through eighteenth centuries. *The Journal of Economic History*, 69(2): 409-445.
- Couldry N and Hepp A (2017) *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press. 256 p.
- Freeman M and Gambarato R (2019) *The Routledge companion to transmedia studies*. Routledge: Taylor & Francis Group, 2019. 492 p.
- Ha DR and Cohen J (2018) The New York Times to launch monthly audiobook best-seller lists. *The New York Times*. URL: <https://investors.nytc.com/press/press-releases/press-release-details/2018/The-New-York-Times-to-Launch-Monthly-Audiobook-Best-Seller-Lists/default.aspx> (accessed 03.05.2018).
- Habermas J (1984) *The theory of communicative action – reason and rationalization of society. Vol. 1*. Boston: Beacon Press. 465 p.
- Hall J (1979) *The sociology of literature*. New York: Longman. 162 p.
- Innis H (2008) *The bias of communication*. Toronto: Univ. of Toronto Press. 304 p.
- Jenkins H (2006) *Convergence culture where old and new media collide*. New York, London: New York Univ. Press. 308 p.
- McEwen RN (2019) Flash, spirit, plex, stretch: a transdisciplinary view of the media sensorium. *Canadian Journal of Communication*, 44(4). URL: <https://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/3727> (accessed 13.12.2019). DOI: 10.22230/cjc.2019v44n4a3727.
- Young LC (2019) The McLuhan-Innis field: in search of media theory. *Canadian Journal of Communication*, 44(4). URL: <https://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/3719> (accessed 13.12.2019). DOI: 10.22230/cjc.2019v44n4a3719.