

УДК 655.52

**АВТОР, ВИДАВЕЦЬ, ЧИТАЧ — ПРОБЛЕМА ВЗАЄМОДІЇ
В ЦИФРОВУ ЕПОХУ**

А.-Л. Р. Лозинський

*Українська академія друкарства,
вул. Підголоско, 19, Львів, 79020, Україна*

Проаналізовано трансформацію взаємодії автора, видавця (редактора) і читача, зумовлену розвитком цифрових технологій і феномена Інтернету. Охарактеризовано зміни їхніх суспільних і комунікативних ролей, функцій, принципів роботи, а також вплив цих змін на редакційно-видавничий процес загалом. Окреслено характеристики сучасних автора, редактора і читача, місце Інтернету в їх комунікації. Окремо виділено роль автора як зачинателя комунікації, на якого передусім впливають зміни, що зумовлюють трансформацію, та інших учасників процесу.

Ключові слова: автор, твір, видавець, редактор, читач, Інтернет.

Постановка проблеми. В умовах сьогодення великого значення набувають цифрові технології, які діють на всі, без винятку, сфери суспільного життя. Значних змін зазнала і видавнича справа, перед якою постали нові виклики, що вплинули, зокрема, і на її учасників, насамперед на автора, редактора (видавця) і читача. Змінилися розподіл їхніх суспільних і комунікативних ролей, їх функції, якості, принципи роботи. Новизна нашого дослідження полягає саме в аналізі згаданих трьох учасників редакційно-видавничого процесу в сучасних умовах дигіталізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Найбільше дослідженим є літературознавчий аспект проблеми автор – образ (твір) – читач. Комплексно її розглядали М. Левідов, Є. Черноіваненко, Н. Шляхова, М. Пашенко, Г. В'язовський. Питання комунікації автора й редактора висвітлював у своїй дисертації Ю. Паливода. Окремі літературознавчі дослідження проблеми автора викладені в працях класиків літературознавчої думки М. Бахтіна, Б. Кормана, В. Виноградова, Р. Барта, М. Фуко, У. Еко. Відтак їхніми продовжувачами стали А. Большакова, Н. Римарь, К. Левченко, О. Юркевич, М. Гірняк, В. Федоров, Ю. Ільчук, І. Фізер, О. Філатова, О. Барбанюк. У радянські часи ряд учених, зокрема М. Ігнатенко, Г. Сивокінь та ін., досліджувало проблеми читача, проте їх праці скеровувалися на формування читача радянського типу, і сьогодні вони не відповідають сучасним вимогам. Нині актуальними є дослідження науковців М. Грицкевич, Н. Чепелевої, Є. Кожевнікової, В. Сеньківського, Т. Олянишен, А. Штангрета, О. Мельникова тощо. Комплексно проблему сучасних автора, редактора і читача найгрунтовніше вивчає В. Теремко.

Мета статті. Продемонструвати трансформацію взаємодії автор – видавець (редактор) — читач, зумовлену появою феномена Інтернету, тобто висвітлити проблему комплексно та в різних аспектах, зважаючи на типологічне різноманіття літератури (на відміну від указаних авторів, які розглядали здебільшого тільки літературу художню).

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні досліджувана тематика дуже актуальна, адже постійний розвиток цифрових технологій сприяє появі певних змін у редакційно-видавничому процесі. На цьому тлі відбувається нівелювання ролі автора, який змушений здебільшого орієнтуватися на вибагливого читача і не завжди відчуває потребу в співпраці з редактором, котрий також від цього потерпає. У контексті запропонованого дослідження майже ототожнюємо поняття «редактор» і «видавець», адже їх різниця в нашому випадку не відіграє суттєвої ролі.

Умовно взаємодію автора, видавця (редактора) і читача доцільно зобразити у вигляді певної схеми. Вона двовимірна, усі її елементи містяться лише в одній площині, адже за своїм значенням вони рівноцінні. Важливо зазначити, що умовна схема показує не лише руйнування усталених комунікативних зв'язків, а й зародження нових, які перестали бути односкерованими. Якщо ми розміщуємо ці поняття в одній площині, повинні розуміти, що в сьогоденних умовах схема автор – видавець – читач — це не вектор, скерований в один бік, де інформація виходить від автора, проходить через видавця й пасивно поглинається читачем (реципієнтом). Якщо раніше двосторонні зв'язки були в основному між автором і видавцем, тепер сюди вклинюється активний читач, який теж має свій вплив на них обох, і вони зобов'язані з ним рахуватися.

Низка вчених, зокрема й згадувані, присвячує свої дослідження проблемам авторства в літературі, по-своєму інтерпретуючи й коментуючи думки класиків літературознавчої думки. Проте і перші, і другі завжди розглядали поняття автора в контексті насамперед художньої літератури, наводячи численні приклади літературних образів, героїв, персонажів, серед яких тією чи іншою мірою міг перебувати автор як чітко виражений, так і імпліцитний. Виходячи з цього, формувалося й відповідне розуміння дослідниками читача, який з часом обростав все більшою вагою. Однак нехудожня література і нелітература, як і їхні читачі, значно різнилися й різняться. Насамперед потрібно розуміти, що художній твір, незважаючи на міру своєї реалістичності й потенційної достовірності, апріорі задекларований як фікція, яка не претендує на документальність та об'єктивність і в якій найкомфортніше можуть реалізуватися будь-які фантазії та домисли автора.

Зв'язок між читачем і художнім твором з настанням кожної нової літературної епохи змінювався, але первинне підсвідоме ставлення завжди залишалося сталим. І навіть настання епохи цифрових технологій не мало безпосереднього впливу на переформатування складених зв'язків. Зміна відбулася в технічній складовій, але суто вона не викликала змін у сприйнятті читача художньої літератури та його ставленні до неї. Немає значної різниці, чи прочитав читач той або інший твір в електронному вигляді або на папері, адже суть полягає насамперед у змісті (або ж контенті), за допомогою якого й вибудовується первинний, «інтимний», у кожному окремому випадку індивідуальний та особливий зв'язок читача з твором. Інтернет впливає тільки на більш вторинні речі: якщо читач скерований на прочитання твору, матеріальний носій, на якому

він втілений, або спосіб отримання твору стають другорядними. Інтернет допомагає більшій кількості читачів висловити власну самостійність, яка в цифрову епоху досягла дуже високого рівня. Проте не варто забувати, що в мережі Інтернет традиційні соціальні інститути не можуть функціонувати як нормативні структури, вони існують як образи, які можна транслювати та якими можна маніпулювати [8, с. 17].

Однак, на думку М. Бахтіна, автор все-таки авторитетний і необхідний для читача, котрий ставиться до нього не як до особи, не як до іншої людини, не як до героя чи до визначеності буття, а як до принципу, якого потрібно дотримуватися (лише біографічний розгляд автора перетворює його в героя, у визначену в бутті людину, яку можна споглядати). Індивідуальність автора як творця є творчою, особливого, неестетичного порядку; це активна індивідуальність бачення й оформлювання, а також невидима й неформлена індивідуальність. Автор виконує, окрім інших, функцію активної енергії, що забезпечує бажання читача шукати те, про що, можливо, говорить текст, функцію певного принципу, від якого читач може відштовхнутися. Автор не зазнає цілковитого самознищення, він лише розчиняється в межах «відфільтрованого й структурованого мовою простору» [1]. Водночас М. Фуко зазначає, що функція автора стирається, оскільки тепер ім'я, що відкрило істину, служить найбільше для того, щоб охрестити теорему, положення, якийсь примітний ефект, властивість, тіло, сукупність елементів або патологічний синдром [6].

Сьогодні автор перетворюється на бренд, і він вимушений ним бути, щоб зайняти свою нішу в умовах ринку, який диктує певні вимоги й умови щодо того, яким повинен бути автор. Останній тепер також розуміє ті вимоги, які обґрунтовує перед ним суспільство, а насамперед потенційний або вже готовий читач, тому намагається підлаштуватися до нього. Автор нині перестає бути імперативом для читача, а швидше — навпаки. І не має значення, творець він чи «скриптор», кількість яких сьогодні значно збільшилася, бо вони можуть бути успішними й затребуваними, «конвеєрами», не будучи творцями. Автор повинен дати читачеві те, чого той вимагає. М. Черняк використовує поняття «мистецтво комбінації» і зазначає, що тепер воно проявляється нерідко єдиним умінням автора, яке виявляється в тексті, проте відмінність від «природних справжніх письменників» не береться під сумнів ні читачами, ні самими авторами, котрі в численних інтерв'ю підкреслюють ремісничий характер своєї діяльності [7, с. 159].

Наступний елемент нашої схеми — видавець або ж редактор, який відіграє роль каналу передачі для авторського твору, але водночас зі своєрідним фільтром, тобто служить інструментом донесення обробленого й довершеного твору до громадськості. За словами В. Теремка, редактор думає і працює на метарівні — від свого імені, від імені автора і читачів, іноді й суспільства, знаючи їхні наміри, прогнозуючи реакції та виявляючи послідовність у тому, що робить сам [4, с. 129]. Редактор намагається глянути на твір не лише з позиції автора, а й читача. Працюючи над ним, він бачить його в образі майбутнього

видання, яке функціонуватиме в суспільстві. Тобто редактор має комплексне й прогностичне аналітичне бачення твору. Як зазначають М. Сенкевич і М. Феллер, це повинен бути дуже чутливий спостерігач, який читає твір по-особливо-му та здатний сприймати його очима того, для кого він призначений, щоб побачити те, що хотів сказати автор. Дослідники виокремлюють і такі поняття, як «рівень автора» й «рівень читача», і редактор повинен осмислити твір на обох цих рівнях, щоб їх максимально наблизити, трансформувати твір у такий спосіб, аби те, що намагався висловити автор, міг без проблем зрозуміти читач [3].

Кожен із творів, що надходить до видавця, є для нього насамперед товаром, який потрібно просунути на ринку. Водночас для видавництва, яке орієнтується на вибагливого читача, має певний набір унікальних особливостей і намагається зберегти свою унікальність, пріоритетними стають задоволення фахових амбіцій, хороша репутація, статус, висока якість і корисність видань, а не лідерство на ринку [4, с. 203]. Для автора видавництво — це, передусім, канал розповсюдження свого твору, і не в «сирому», а в удосконаленому і викінченому вигляді. Якщо раніше видавництво виконувало функцію вдосконалення творів, їх тиражування та розповсюдження, і навіть «виросувало» й виховувало свою автуру, даючи вказівки стосовно написання тих чи інших творів, та беручи певну участь в їхньому творенні, сьогодні всі ці функції зведено до мінімуму.

З появою феномена Інтернету функція каналу значною мірою перейшла до нього. І тепер у нашій схемі поняття видавця в традиційному його розумінні може змінитися на Інтернет. Тобто функція-видавець трансформована і навіть редукована. Разом із тим не можна сказати, що посередник між автором і читачем відсутній. Ним стає сайт, де опубліковано твір. Саме він переймає на себе одну з ролей традиційного видавця — публікування, донесення до громадськості. Такий посередник не є унормованим, далеко не завжди законний і не в усіх випадках добровільний для автора. Нічого негативного немає в тому, якщо твір все-таки пройшов редакційно-видавниче опрацювання та в електронному варіанті був розміщений за згодою автора в мережі, і його можна придбати чи мати вільний доступ до нього. Тоді змінюється лише технологічний процес донесення, але функція редактора-видавця зберігається. Якщо автор обирає пряме публікування в мережі свого твору без будь-якого опрацювання, тоді ця функція зникає, залишаються тільки функція-публікування, функція-канал, через яку відбувається і зворотний зв'язок з читачем. І знову наша схема руйнується, адже зникає видавець зі своїми ключовими функціями. У такому разі на плечі автора лягає безпосередня мережева промоція свого імені, що не є його компетенцією, через що стає важче займатися йому первинним обов'язком — написанням творів. Отже, Інтернет не може стати повноцінним і рівноправним елементом визначеної комунікації, він виступає лише допоміжним технічним засобом.

Однак навіть у випадку збереження видавця в означеній схемі ключова роль належить читачеві, який завдяки інтелектуалізації суспільства став визначальним, зокрема й на ринку, бо саме на його вивчення й задоволення потреб скеровані всі маркетингові стратегії сучасних видавців і авторів. Інституують

людину-читача не кількість прочитаних текстів, а передусім особисті погляди на текст і культура читання [4, с. 203]. Успішним буде той текст, який виправдовує всі або принаймні більшість очікувань свого потенційного читача, що залежать від його соціально-культурного й естетичного досвіду, часопросторових особливостей [4, с. 199]. В. Теремко застосовує поняття «горизонт очікувань» або «горизонт сподівань», що формує читач у своєму ставленні до того чи іншого твору. Іntenції автора повинні відповідати інтенції читача [4, с. 197].

Неможливо назвати й сприйняття читача об'єктивним. У кожного індивіда абсолютно суб'єктивне сприйняття прочитаного. Дослідник У. Еко зазначає, що кожний реципієнт, сприймаючи твір, несе в собі певну конкретну ситуацію, почасти зумовлену сприйнятливостю, певну культурну детермінанту, смаки, уподобання, власні упередження, тому розуміння первинної форми відбувається згідно з індивідуальною детермінованістю [2]. Жодне прочитання не вичерпує всіх потенційних можливостей тексту, бо кожен читач бачить і розуміє його індивідуально [4, с. 199]. Формуючи власний образ автора на основі прочитаного тексту, поінформований читач мимоволі залучатиме свої «позатекстуальні» знання для витворення в уяві цілої авторської свідомості. Але автор пише свої твори для певної аудиторії, тобто повинен урахувувати всі її особливості сприйняття і вимог.

Науковець В. Теремко вказує й на іншу тенденцію, яка зародилася саме в цифрову епоху. «Видавництвом і авторам доводиться враховувати, що в сучасному світі починають увиразнюватися новий тип читача і нова читацька культура. Її агенти — покоління так званих візуалів, у читацькій практиці яких домінує перегляд (сканування) екранних текстів, супроводжуваний недостатньою вимогливістю до їхньої автентичності, неглибоким вчитуванням» [5]. Цілковито погодитися з цим не можна. Ми повинні розуміти, що таке «сканування» породжене феноменом Інтернету, адже він дає безмежний вир інформації, яка постійно накопичується. Отож читач намагається відфільтрувати ту інформацію, той контент, який йому не цікавий. Але при зацікавленні все-таки конкретним твором він, відповідно, хоче на нього у певний спосіб відреагувати.

Сучасний читач — інтерактивний, він прагне зворотного зв'язку і має всі засоби для цього. Різноманітні сайти з можливістю коментування, форуми і, насамперед, соцмережі дають можливість йому не лише миттєво реагувати на написане автором коментарями, відгукками, рецензіями, а інколи й спілкуватися з ним, дискутувати, полемізувати. Звичайно, це може відбуватися тільки тоді, коли автор відкритий до діалогу зі своїми читачами. Проте навіть за відсутності такої відкритості поле для висловлювання думки читача залишається чималим. Варто сказати і більше: читач сам стає автором, він самостійно прагне «взяти до рук перо» і писати. Звичайно, можна стверджувати, що такий читач є своєрідним реакціонером, що він уже сам перетворюється в автора. Непоганим прикладом може виступати фан-фікшн. Однак таких вдумливих читачів-реакціонерів меншість; здебільшого розповсюдженим є читання—«стрибання», а також розважальне читання.

Авторів є багато, але ще більше читачів. Якщо автор хоче бути почутим, комерційно успішним, мати хороший імідж, він повинен шукати своїх читачів, а ті, відповідно, мають прагнути шукати своїх авторів. Як і перших, так і других не можна трактувати однозначно. Можливо говорити про певні глобальні тенденції масовості, нівелювання авторства, які є домінуючими, проте вони не витіснили до кінця читача, зацікавленого і вдумливого. Навпаки, такий читач нині більш інтелектуально розвинутий та амбіційний. Окрім того, маємо іншу помітну тенденцію, породжену масовістю, — незатребуваність в оригінальності й пошуку нових форм, до яких пересічний обиватель не звик. І в цьому полягає феномен масової літератури й масової інформації — у постійній потребі «конвеєрних клонів». Якщо враховувати при цьому ще й чинник глобальної інтернетизації, така тенденція стає цілком зрозумілою. Разом із тим недоцільно відкидати й роль видавця, який у нинішніх умовах вимушений шукати нові форми професійної поведінки.

Висновки. За допомогою сформованої схеми продемонстровано переформатування зв'язків між трьома ланками — автор – видавець – читач, а також зміну ролей кожної з них. Підтверджено посилення ролі читача й послаблення видавця, який для того, аби вижити на ринку, повинен провадити гнучку видавничу політику, що дало б можливість враховувати потужну конкуренцію Інтернет-середовища. Проте найважливішим визнано те, що продовжує відбуватися нівелювання авторства, адже саме автор як творча одиниця й опора для роботи видавця виступає ініціатором створення визначеної комунікації, і будь-які зміни цього інституту накладають свій відбиток і на інших учасників редакційно-видавничого процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бахтин М. Автор и герой в эстетической деятельности / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. — М. : Искусство, 1979. — С. 7–180.
2. Еко У. Поміж автором і текстом / У. Еко. — В кн.: Антологія світової літ.-крит. думки ХХ ст. / [за ред. М. Зубрицької]. — Львів : Літопис, 2002. — С. 564–578.
3. Сенкевич М. П. Литературное редактирование / М. П. Сенкевич, М. Д. Феллер. — М. : Высш. шк., 1968. — 367 с.
4. Теремко В. Видавництво-ХХІ. Виклики і стратегії : моногр. / В. Теремко. — К. : Академвидав, 2012. — 328 с. — (Серія «Монограф»).
5. Теремко В. Стратегічні випробування електронною книжністю / В. Теремко // Вісник Книжкової палати. — 2011. — № 4. — С. 10–14.
6. Фуко М. Що таке автор? / М. Фуко. — В кн.: Антологія світової літ.-крит. думки ХХ ст. / [за ред. М. Зубрицької]. — Львів : Літопис, 2002. — С. 598–613.
7. Черняк М. А. Категория «автора» в массовой литературе / М. А. Черняк // Феномен массовой литературы ХХ века. — СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2005. — С. 152–178.
8. Читання як проблема вільного часу : за результатами соціолого-статистичних досліджень : моногр. / Сеньківський В. М., Олянишен Т. В., Штангрет А. М., Мельников О. В. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. — 159 с.

REFERENCES

1. Bakhtin M. (1979), An author and a hero in the aesthetic activity, in Bakhtin M.(Ed.), *Aesthetics of verbal creation*, Art, Moscow, pp. 7–180.
2. Eko U. (2002), Among the author and the text, in Zubryts'ka M., *Anthology of literary-critical opinion of 20th century*, Cronicle, Lviv, pp. 564–578.
3. Senkevych M. and Feller M. (1968), *Literary editing*, Higher school, Moscow.
4. Teremko V. (2012), *Publisher's-XXI. Challenges and strategies*, Academic publisher's, Kyiv.
5. Teremko V. (2011), Strategic trial by e-books, *Herald of Book Chamber*, Vol. 4, pp. 10–14.
6. Fuko M. (2002), What is the author?, in Zubryts'ka M., *Anthology of literary-critical opinion of 20th century*, Cronicle, Lviv, pp. 598–613.
7. Cherniak M. (2005), The category of an “author” in mass literature, *The phenomenon of mass literature of the 20th century*, Hertsen RSPU press, pp. 152–178.
8. Senkivskyi V., Olyanyshen T., Shtanhret A. and Melnykov O. (2009), *Reading as a problem of the leisure time*, UAP press, Lviv.

**AUTHOR, PUBLISHER, READER —
THE PROBLEM OF COOPERATION IN THE DIGITAL EPOCH**

A.–L. R. Lozynskyi

*Ukrainian Academy of Printing,
19, Pidholosko St., Lviv, 79020, Ukraine
adamlozyn@gmail.com*

The article is devoted to the analysis of the cooperative transformation of an author, an editor (publisher) and a reader, caused by the development of digital technologies and such phenomenon as Internet. The changes of their public and communicative roles, functions, principles of work, and also influence of these changes on the publishing process in general have been described. The features of a modern author, editor and reader and the role of the Internet in their communications have been demonstrated. The role of the author as an initiator of communication has been separately selected, influenced by all the changes first and fore-most, which predetermines further transformations of the other participants of the process..

Keywords: *author, work, publisher, editor, reader, Internet.*

Стаття надійшла до редакції 05.12.2014.

Received 05.12.2014.