

МЕДИЙНИТЕ ОБРАЗИ НА КНИГАТА

проф. д.ф.н. Калина Лукова
Бургаски свободен университет

THE MEDIA IMAGES OF THE BOOK

Prof. Kalina Lukova, DSn
Burgas Free University

Abstract: Studied are the metamorphoses of the post-Gutenberg book under the influence of the media and the multimedia technologies – from newsbook to booktrailers. The hybridizing of various semiotic systems (text, image, sound) are reviewed as a basic epistemological module in the contemporary humanitaristics.

Key words: newsbooks, booktrailes, e- book, reading, metamorphoses.

Изследването се занимава с метаморфозите на постгутенберговата книга, под влияние на медийните и мултимедийните технологии.

В съвременното хуманитарно пространство доминиращи алтернативни двойки са: печатна книга-електронна книга; печатен текст-хипертекст; традиционен читател-пърформър; библиотека-Интернет; слово-визия, мотивирани от господството на мултимедийната моделност.

Фундаменталните промени в четенето се илюстрират чрез смисловите и функционални трансформации на енциклопедията в електронния хипертекст. Енциклопедията е класическата просвещенска емблема на хуманитарното знание. В значението си „вътре в кръга“ на знанието „тя предполага кръг, общност на света, на която съответства общност на знанието. Като парадигматичен образ на хуманитаристика „Енциклопедията“ е създадена в периода 1750-1774 г. под редакцията на Дидро и представлява изключително постижение на интелектуалната мисъл.

Френската енциклопедия излиза в 35 тома и достига значителния за времето тираж от 4250 екземпляра. Енциклопедизмът символизира модерността на Просвещението в способността за авторефлексия, изразена в крилатата фраза на Кант: „Дръзвай да знаеш“. Позовавайки се на статията на Кант „Що е просвещение“ (1784), Мишел Фуко в двете си лекции „Що е критика“ (1978) и „Що е Просвещение“ (1983) прави аналогия между Просвещението и постмодернизма. В тази връзка и С. Хаджикосев отбелязва: „Енциклопедията е била онова, което в днешната постмодерна епоха е глобалната мрежа Интернет – символ на безграничните човешки възможности да разширява сферата на познанието и да го довежда по най-краткия начин до всеки грамотен и любознателен човек. [1]

Интересни връзки във времето между хипертекста като електронна технология за съхраняване и свързка на информация и класическата енциклопедия, извежда Мария Бабу. Нейното изследване „Промените, причинени от дигиталните техноло-

гии, в литературната институция“ е положено в съвременния хуманитарен контекст на традиционната и електронна текстовост, свързан с понятието **отворена творба** на У. Еко. „Преживяването на пределите“ в практиките на дигиталното писане, т.е. хибридизирането на различни семиотични системи (текст, образ, звук), е основен епистемологичен модул в съвременната хуманитаристика.

Според М. Бабу хипертекстът обслужва актуалната нужда от автоматично търсене и обмен на информация, която е аналогична на специфичната конфигурация на печатната книга – енциклопедията.

Хипертекстуалният механизъм има енциклопедична същност, защото установява връзки (текстови нишки), но е скоростен и осигурява едновременен достъп до информация. Енциклопедичната насоченост на повествователната машина се проявява в самото пренареждане на книгата (текста), но надхвърляйки нейната репродуктивна функция: „повествованията на новите интерактивни медии пренасят читателя вътре в действието, като го трансформират в пърформър (по названието на Флейшман). Но този пърформър ще трябва да се интегрира в един вече повествователен сюжет, т.е. читател и играч се обхвалят в една и съща цялост. [2]

Интерактивната фикция включва два елемента, характерни за електронното писане: епизоди (теми) и решения (линкове) между епизодите. Според актуалния анализ на Болтер, хиперфикцията разнообразява играта разказвач/персонаж: „При електронната структура авторът може да фрагментира реалността в серия от перспективи, без да нарушава ритъма или разбирането на текста. На читателите не им е нужно едновременно да противопоставят всички страни на събитията; вместо това последователността, в която ги анализират, определя всяко преживяване на текста“ (Болтер, цитиран от Мария Бабу в посоченото изследване.). Според Болтер, тъй като читателят има свободата да избира, преживяването на текста е различно от читател на читател, от прочит на прочит, което води до „упражнение по гледни точки“ във виртуалната среда.

За разлика от класическото повествование, интерактивната повествователна среда е архитектурен план на всички възможни комбинаторики и свързаности между фрагментите и, при което читателят взема решения. Той актуализира възможни асоциации, той е строител на повествования, но избира сред възможни предопределености. Програмирането, което поддържа хипертекста, е едно текстово предвиждане – тук бъдещето настъпва преждевременно в настоящето, според Лиотар.

Книгата изисква време за четене, но вътре в него читателят управлява изцяло времето си, защото може да спре, да забави или да ускори прочита. Книгата се вписва в „културата на складирането“, за разлика от „изливащата се култура“, свързана с телевизията и радиото. При тези медии времето не е подвластно на зрителя/слушателя.

В тази ситуация печатното слово брани свободата на читателя спрямо времето. Глобалната медия Интернет комбинира „културата на складирането“ и „изливащата се култура“, защото виртуалната библиотека е и латентно време, което се овеществява по волята на потребителя. Електронният текст не е обективиран като текста на книгата и след използването му отново се връща в подвижното виртуално пространство. То има предимството, че е във висока степен бесплатно.

Изследването се свързва с важния проблем за еволюцията на книгата и четенето в Постгутенберговата епоха. В историята на книгата тя променя формата си, като материалната и реализация се минимизира и напуска класическото определение за две корици и книжно тяло. В движението печатна книга – аудио и аудиовизуална книга – дигитална книга, електронната книга е „вододел“, според Дик Брас от

Microsoft. Електронните книги променят традиционното четене като телесна функция и налагат четенето „hands free“ (свободни ръце).

Същевременно, „съвременните мултимедийни книги са доказателство за извършващия се сега обратен процес на синкретизъм, на сливането на всички медийни канали и технологии в една среда, отново наричана книга“. [3]

Имената на книгата - хроники

I. Newsbooks

Многозначителен факт е, че първият английски седмичник, основан от Натанаил Бътър и Никълс Бърч през 1622 г., който поставя началото на английския печат, се нарича „**Weekly news**“ или „**Newsbooks**“ – „Книги с новини“. Литературната книга сраства с новината, с медията.

The Oxford English Dictionary ги описва като „Малък вестник. В общо ползване са от около 1650-1700“. Newsbooks се приемат за предци на вестника, отпечатват се във фолио формат до 250 копия. Състоят се от един отпечатан лист (осем страници), а по-късно от два печатни листа (шестнадесет страници). Представят официални изявления за публични събития, като The encountre Trewе, отпечатан след битката при Flodden през 1513 г.

Newsbooks се разглеждат като ранна форма на вестник, но те са и медийна трансформация на книгата в генеалогията на печата. Интересна еволюционна аналогия може да се направи между книгите новини и месечното списание препечатка „Рийдърс дайджест“ в джобен формат, наподобяващо книга (1922 г., издател Де Уит Уолъс). В него се препечатват най-интересните публикации от американската преса, както и литературни творби чрез съкращаване, редактиране и преразказ на оригиналните текстове. Списанието точно се вмести в междинна литературно-журналистическа форма.

Съвременните Newsbooks са модерни сайтове, в които се събират новини от различни информационни източници.

II. „Мускулестата проза“ на Хемингуей

Тя е близка до филмовия сценарий, под силното влияние на визуалните послания на XX век – фотография, кино, телевизия. [4] Според М. Петров, уникалният журналистически стил на Хемингуей влияе върху писателския му стил, защото сетивността, пластичността и изразителността преодоляват тенденциозността на политическия колумнист и динамиката на оперативната журналистика. Така неговите кореспонденции, репортажи и статии се превръщат в големи документални фрески на времето между двете световни войни.

Подобни са наблюденията на Т. Абазов, който отбелязва следните елементи, характерни за литературно-журналистическото писане на Хемингуей: „стремеж към максимална достоверност на преживяванията и обстановката, пластичен релеф на изложението, предимство на картината пред рефлексията в него, сблъсък на характери и идеи като мотор на действието, усещане за многослойност (прочутият негов „айсберг“). [5]

Предпочитаният лаконичен стил от Хемингуей, с айсберговия му сюжетен похват на привидна маловажност на действието, се определя от собственото му признание: „Хубавата проза е подобна на айсберг, седем осми от който е скрит под водата“. Уникалният стил на Хемингуей метонимизира визуалните метаморфози на книгата

от 20-те и 30-години на XX век. В жанрово отношение текстовете се разглеждат най-често като репортажи, но всъщност са междинна жанрова форма между репортаж и фийчър (в значението му на фактологичен разказ). Краткото, изпълнено със сетивни детайли описание, не се коментира, но излъчва силни подтекстови послания, според „теорията на айсберга“.

Чрез тази теория и неговите култови романи също могат да се четат като репортажи от мястото на събитието. Книгите на Хемингвей се припознават и като матрица за модерното PR писане.

В статията си „Овластяване на повествование и стил на писане за PR специалисти или какво можем да научим за писането от Ърнест Хемингвей“ Анна Крантова актуализира Хемингвей в контекста на PR писането по отношение на важна особеност: „елиминирание на хиперболизираните прилагателни имена. Много често PR практиците смятат, че използвайки превъзходната степен, текстът става по-интересен, привличайки повече внимание. Истината обаче се оказва съвсем различна. Репортери, редактори и PR практики благоговейат пред кристално-чистия стил на писане на журналиста и романист – Ърнест Хемингвей. Носител на Нобелова награда за литература от 1954 за „майсторство в изкуството на повествованието“ и „влианието, което оказва върху съвременния стил“, Хемингвей може да бъде изключително полезен в овладяването на блестящ стил на писане за всеки PR специалист.“ [6].

По-нататък авторката цитира 25 имена и конструкции, които трябва да се избягват според Хемингвей: „достоверен; най-доброто от марката; най-доброто от категорията; успех, постижение; авангарден; разтърсващ; от край до край; фантастичен; висока производителност; копка; оригинален; най-важен; водещи; следващо поколение; един от; препятствие; революционен; безпроблемно; продиктуван от решение; положение; ненадминат; уникален; нямащ равен на себе си; световноизвестен; от световна класа.“

Сетивното, „мъжко“ писане на Хемингвей е преход към нов тип култура – „цивилизацията на образите“. Нейни емблеми са новите имена на книгата: медийна проза, репортерски разказ, литературно новинарство, блог разказ, online изповед, tv сериал и мелодрама, риалити формати, инфотейнмънт. Тези процеси мотивират и модерните полемички за „смъртта на автора“ и „журналистика без журналисти“, доколкото класическите образи на писателя и журналиста също се трансформират в съвременни виртуални образи – блог писатели и журналисти.

„Риалити форматите са нов вид tv разказвачи на т.нар. човешки истории. Те заимстват литературното разказване – влизат в ролята на tv разказвач чрез tv способности. Новата tv журналистика разширява функциите на екранен разказ, като се превръща в разказвач, а не в анализатор на процеси и явления“. Извършва се „трансформация между литературен разказ и класическа tv журналистика“ [7].

В този аспект на интегриране е много продуктивно да се изследва модерният медиен драматургичен жанр инфотейнмънт, който навлиза в телевизионното пространство през първото десетилетие на XXI век: „Постмодернистичният медиатекст не толкова отразява действителността, колкото я моделира – в пълния смисъл на думата създава нова реалност, при това без заплаха от санкция. Акцентът при програмирането на предаванията е интертекстуалността, виртуалните декори и всевъзможните видове визуални и лексикални игри“ [8].

Интересуващата ни жанрова специфика на инфотейнмънт е, че при него информацията се замества от човешката история, а основна роля изпълнява журналистът разказвач, който се превръща в медийна звезда.

III. Блог литература. Блогороман

Интересна и убедителна е версията, че блогът е дигитална трансформация на класическия литературен дневник. Според Е. Борисова дописването на блога дневник от други блогери е „рецептивно-креативна комуникативна ситуация, която ...напомня на „салонната“ култура на XVIII и XIX век, „клубна“ я нарича XX и XXI век. Във виртуалния „салон“ обаче са „поканени“ не само „посветените“, а буквално всички“ [9].

Етимологията на думата блог, съкратено от weblog, илюстрира неговата хетерогенна жанровост: web (мрежа, Интернет) и log (дневник). Блогът е уебсайт във формата на традиционния дневник: първолично повествование – изповед или анализ, коментар, бележки, разказ, импресии, фотографии, препратки към други текстове. Блоговете са по-публични от класическите дневници. Според тематологията те се разделят на: лични, тематични (възприемани като „любителски вестници“), коментарни (анализират и коментират актуални политически и обществени събития).

Личният уебдневник се идентифицира чрез автор (блогър) и съавтори, които го допълват и дописват. Той може да се приеме като мултиплицирана дигитална форма на познатия лирически „дневник на чувствата“, на романа дневник, на публицистичния, философски, културологичен, исторически, епистоларен дневник и т.н. В европейската (включително в българската) културна и литературна история дневникът е предпочитан жанр. Ще цитирам произволно някои класически и съвременни заглавия на дневникови творби: „Дневник на чумавата година“ (Дефо), „Философско-исторически дневник“ на Яворов (с фиксирано начало и фрагментарно-асоциативна структура), „Дневникът на самотния 1904-1913 г.“; „Мисли, импресии, бележки“ на Ем. Попдимитров; „Дневникът на един баща“ на Хр. Бръзиков; „Частен културен дневник“ на Д. Камбуров; „Дневник на скръбта. 26.X.1977-15.IX.1979“ на Ролан Барт. (интересен факт е, че Барт признава нетърпимостта си към медиите, например към вестник „Монд“, който е прекалено информиран за личния му живот).

Интересни наблюдения по интересуващата ни тема прави Ренета Божанкова в статията си „Литературни проекции на онлайн съществуването“. В двупосочността на трансформативното движение литература – Интернет се отбелязва, че през 90-те години на XX век се наблюдава преходът от литературата към киберпространството и се водят спорове за интерактивните практики, а в началото на XXI век се появява обратният процес: „въвеждане“ на мрежата в литературата [10].

Р. Божанкова цитира творби на български и чужди автори, написани след 2000 г., в които се тематизира Интернет и киберкултурата: „log“ на Райна Маркова, „Лаканиански мрежи. Блогороман“ на Златомир Златанов, „Авантюра, за да мине времето“ на Албена Стамболова, „4ат или сбогуване с Аркадия“ на Петър Краевски, „Самота в мрежата“ на Януш Леон Вишневски, „Шлемът на ужаса“ на Виктор Пелевин, „Media Sapiens-2. Дневник на информационния терорист“ на С. Минаев.

В посочените текстове „книгата имитира електронната среда, реквизитите на електронната поща“. Р. Божанкова илюстрира този процес чрез книгата „Log“ на Р. Маркова – активен блогър и печатен писател, отразяващ свръхмодерното си двойствено битие: онлайн и офлайн. Книгата „Log“ побира в себе си дневникови бележки (2001-2004 г.), както и есета на авторката, посветени на по-строга, подредена и дистанцирана рефлексия за Интернет културата. Дневниковият характер, движението стъпка по стъпка след изтичащото време отличава книгата като цяло, наречено не иначе, а „log“, едно от значенията, на което е именно дневник, но отпратката по-скоро е към „мрежовия дневник“, уеблога [12]. Структурата на книгата е фрагментирана, защото в дневниковата форма се враждат записи на онлайн чат разговори, като се

разчита на асоциативната намеса на читателя, за да възстанови хронологията. Нарушена е класическата дистанция автор-читател.

Друго важно разграничение между книгата дневник и онлайн дневника е степента на емоционално присъствие. При сравняването на книгата, издадена през 2006 г., и блога на авторката е осезаема емоционалната липса в онлайн дневника, както и основните различия спрямо книжния „log“ : хипертекстовата безкрайност и преградите на книжното тяло.

„Преливането между книгата и мрежата“ се свързва и с жанра „виртуален роман“ в книгата на П. Краевски „Чат или сбoguване с Аркадия“ (2009). В него последователно се редуват прозаичен текст с чат разговор като онлайн текст. Така литературното повествование поема хипертекстови структури.

Р. Божанкова отбелязва „транспозиционирането на онлайн писмовни практики и онлайн общуване в традиционната линейна и книжна форма“, „при която се достига до рекомбинация на жанровите модели в новите постелектронни епистола, дневник, драма“ [13].

В подобна изследователска парадигма може да се анализира и трансформативността на романа дневник като литературен модел в блогоромана („Лаканиански мрежи. Блогороман“ на Зл. Златанов).

Хипермодерното битие на човека с присъщата му двойственост (в Мрежата и извън нея) мотивира и обяснява и двойственото битие на книгата – онлайн и офлайн. С виртуалния ѝ живот се свързва и едно от последните ѝ имена: booktrailer.

IV. Booktrailers

Ще представя този жанр според наблюденията на Д. Иванова, една от малкото му изследователи в българския контекст. [14]. Тя определя буктрейлъра като кратко (2-3-минутно) самостоятелно мултимедийно произведение върху книга, което обикновено се създава с рекламно-търговска цел и в което внимателно и целенасочено са подбрани отделни акценти от книгата, „облечени“ във вербална, визуална (кинематографска, фотографска и пр.) и/или музикална форма, които динамично са обединени в единна структура, създаваща ефекта на зрелището, атракцията, забавлението. Появил се в САЩ още през 2002 г., буктрейлърът, който първоначално е свързан с идеята да бъде успешно и адекватно на съвременните търсения промоционално средство, днес е определян като нова, независима форма на изкуството. Тази нова, съвременна тенденция към трейлърмейкърство върху книги може да се обясни и логично да се обвърже с влиянието на стремително развиващата се визуална култура, чиито различни формати предлагат различни зрителни и сюжетни интерпретации.

Д. Иванова проблематизира и композицията на буктрейлъра: отворена – в нея се включват различни елементи. Един буктрейлър може да бъде концентриран само върху определена сцена или сюжетна нишка от книгата, може да бъде и комбинация от няколко акцента, които да представят различни драматични ситуации или определени персонажи. Съществуват и такива видеопродукти, които изцяло са съставени само от бълърбове към книгата или от интервю с автора и т.н.. Като задължителни елементи присъстват: заглавието на книгата, името на автора, къде може да бъде закупена и къде може да се получи информация за нея и автора ѝ.

Ще се позовем и на някои цитирани от Д. Иванова чужди автори. Интересна е тезата на Ю. Щербинина, че в буктрейлъра „художественият текст е презентирани не като метафора, а като метонимия – вместо целия образ са дадени частни детайли, разпръснати елементи“ [15].

Буктрейлърът може да се определи като модерен канал, чрез който книгата се влива във виртуалното пространство, „ние сме на ръба на това, при което почти всичко се мести във виртуалното пространство. Ако си там – тогава съществуващ, а ако съществуващ само по страниците на вестниците, означава, че съществуващ само наполовина“ [16]

Според Д. Иванова, заради това „преместване“ във виртуалното пространство текстът от книгата, претворен със средствата на различни изкуства, които се включват в създаването на буктрейлъри (музика, кино, фотография, анимация и пр.), във видеоформат вече се трансформира в текст с много кодове, чиито съставки са комбинация от словесни, зрителни и/или музикални елементи. Тя акцентира върху синкретичността като характеристика, която сближава буктрейлърите с видеореklamите, и прилага следната класификация на буктрейлърите, според техническото им изработване: чрез поредица от слайдове с подбрани за целта фотоси, т.е. чрез статични изображения; чрез анимация; чрез видеооткъси, които представят отделни части от книгата с актьорско участие без сюжетна последователност (клипове); чрез видео-сюжет с актьорско участие и режисьорска намеса (филмови).

От всички интересни буктрейлъри, които анализира Д. Иванова в статията си „Четенето и книгите през призмата на буктрейлъра“, ще цитираме коментара ѝ за слайдовия буктрейлър към книгата на Милан Кундера *Валс на раздяла* (YouTube / 25.08.2014): „Акцентът е върху повествованието, т.е. буктрейлърът разказва важни фабулни моменти от книгата. Текстът, който се разгръща последователно в поредицата от слайдове, напомня на анотациите върху кориците на книгите – въведени са главните двигатели на действието, очертани са най-общите нишки, които образуват сюжета. Разбира се, акцентите са загадъчни, вратата към книгата е само открената. Подобно на повечето рекламни анотации и текстът от буктрейлъра завършва с определение на книгата – това е „удивителна книга за любовта и смъртта“. [17]

Д. Иванова отбелязва важна особеност на буктрейлъра – неговата съотносимост към характерното за съвременното информационно общество „клипово“ съзнание и "клипово" възприемане на реалността. Тази нова сетивност е нелинейна, пулсираща, мозаечна. Така буктрейлърът се превръща в „средство за генериране на ентусиазъм около книгата, без тя да бъде узурпирана“, според Кнечке, т.е. той реабилитира книгата и четенето. Неслучайно, все повече буктрейлъри се създават към класически и забравени от днешните читателски публики книги.

Променят се имената, форматите на книгата, техниките на четенето, но в или извън своето тяло книгата винаги присъства – като матрица, модел, медиатор, вдъхновение за творчество в реалния и във виртуалния свят.

Литература:

1. Абазов, Т. Въведение в публицистиката. С., 2004, с.6.
2. Бабу, М. Промените, причинени от дигиталните технологии, в литературната институция// Литературата, 2008, № 4; с. 65.
3. Божанкова, Р. Литературни проекции на онлайн съществуването. 9 юни, 2009. Литературен клуб. <http://www.litclub.com/library/kritika/bozhankova/prisustvia.htm>
4. Божанкова, Р. Цит.съч.
5. Божанкова, Р. Цит.съч.
6. Божанкова, Р. Цит.съч.

7. Борисова, Е. Жанрове в медиите. УИ „Епископ Константин Преславски“, Шумен, 2007, с. 318-319.
8. Иванова, Д. Четенето и книгите през призмата на буктрейлъра.// Електронно списание liternet, 21.09.2014, №9(178). <http://litenet.bg/publish29/desislava-ivanova/booktrailer.htm>
9. Иванова, Д. Цит.съч.
10. Иванова, П. Телевизионни жанрове в праймтайма на БНТ1, bTV и Нова телевизия. Модел на литературно-телевизионните жанрови разкази // Литературата, 2008, № 4, с.215, 225
11. Клочко, Д. Книжний трейлер – новий жанр на грани книжного и виртуального.//Актуальные новости СМИ, 16.11.2010. <<http://ukrnovosti.ru/smi/diana-klochko-knizhnyj-trejler-novyj-zhanr-na-grani-knizhnogo-i-virtualnogo>>
12. Крантова, А. Овладеяване на повествование и стил за PR специалисти или какво можем да научим за писането от Ърнест Хемингуей.// Електронно списание „Mixmedia“, 22.04.2013. Електронна публикация: <http://mixmedia.bg/post/317-ovladyavane-na-povestvovanie-i-stil-na-pisane-za-pr-spetsialisti-ili-kakvo-mozhem-da-nauchim-za-pisaneto-ot-arnest-heminguey/>
13. Петров, М. Америка - социалният тропик. С., 2010, с. 291
14. Стойков Л. Инфотейнтмънт: другото име на медийното развлечение// Медии и обществени комуникации. 2010, №4. <http://mediajournal.info/?p=item&aid>
15. Хаджикосев, С. Западноевропейска литература.Част втора. Кръгзор, С., 2003, с. 249
16. Цветкова, М. Книгата като тяло. //Култура, 2005, №7
17. Щербинина, Ю. Смотреть нельзя читать. Буктрейлерство как издателская стратегия в современной России. //Вопросы литературы, 2012, №3 <<http://magazines.russ.ru/voplit/2012/3/s8-pr.html>> (21.09.2014).