

РЕДКАЯ КНИГА В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

A RARE BOOK IN THE SYSTEM OF MODERN COMMUNICATIONS

В докладе рассматриваются современные тенденции и проблемы, связанные с использованием символики редкой книги в рекламных целях.

Ключевые слова: редкие книги, средства массовой информации, реклама, библиотеки, социальные сети, книжная культура.

The report examines current trends and problems associated with the use of the symbolism of a rare book for advertising purposes.

Keywords: rare books, mass media, advertising, libraries, social networks, book culture.

БГУ, Минск, Беларусь.

В начале прошлого века испанский философ и социолог Хосе Ортега-и-Гассет (1883–1955) в своем труде «Восстание масс» (1929) высказал очень глубокую мысль о проблеме современного общества, поработанного массовым сознанием. Размышляя о будущем, он пришел к выводу, что «историческое знание – первейшее средство сохранения и продления стареющей цивилизации. И не потому, что дает рецепты ввиду новых жизненных осложнений – жизнь не повторяется, – но потому, что не дает перепевать наивные ошибки прошлого». В последнее время в обществе наблюдается повышенный интерес к истории, происходит возрождение исторической памяти через изучение родословной семьи, реконструкцию обрядов, приобщение к старинной национальной кухне. На многих массовых мероприятиях повышенным интересом пользуются развлечения, связанные с историческими ретроспекциями и стилизациями.

Интерес к национальной истории изменил отношение и к редким книгам, которые и являются хранителями исторического знания. Традиционно редкая книга была востребована небольшой частью научного сообщества: историками, книговедами и библиофилами. Для широкого же круга людей и особенно для молодежи редкие книги были не актуальны, а если и вызывали интерес, то только с формальной стороны: старина книги и мастерство ее оформления. Теперь же они стали активно использоваться в сфере массовых коммуникаций. Во всех средствах массовой информации – от печатных изданий до Интернета и социальных сетей – можно встретить изображения редких книг в самых разнообразных контекстах. Именно старинные книги появляются в рекламе и самопрезентации лиц и учреждений, зачастую к редким книгам не имеющим отношения. Скорее всего, такой выбор специалистов рекламной индустрии связан с современным восприятием старой книги как символа вечных духовных ценностей, а именно: знания, книги, чтения, библиотеки, традиций, книжной культуры и даже престижа, богатства и элитарности.

Редкие книги могут быть не только средством рекламы, но и использоваться в качестве арт-объекта. В этом случае книга физически разрушается, становясь уже не носителем информации, а предметом искусства. Вопрос об этичности таких метаморфоз остается открытым.

В некоторых случаях для усиления эффекта от воздействия редких книг используются не только статичная картинка, но возникает тенденция вовлечения редких книг в мероприятия, закладываются традиции, несущие важную смысловую нагрузку. Например, Присяга на Пересопницком Евангелии (XVI в.) Президента Украины. Или закладка «Писем в Будущее» в Российском государственном гуманитарном университете первокурсниками специальности «реклама» и «маркетинг» в отделе редкой книги в 2011 г. Послания будущих специалистов будут храниться рядом со старинными изданиями А. С. Пушкина, А. С. Грибоедова, С. И. Мурavyева-Апостола и другими книгами, вызывающими особенный трепет и отношение.

В крупнейших библиотеках в последнее время активно создаются цифровые копии редких книг, возникают самостоятельные проекты, вовлекающие редкие книги в систему электронных коммуникаций. В результате оцифровки возникает новый информационный продукт, правда, лишенный исторического и эстетического воздействия. Такой рафинированный продукт удобен в использовании, доступен более широкому кругу пользователей, но для массового «употребления» со временем может принести вред и полностью вытеснить из оборота сам книжный памятник. Таким образом, происходит подмена книжной культуры экранной культурой, а сама книга исчезает из системы ценностей современного общества. Если раньше книга давала целостное восприятие предмета, то теперь

электронный текст формирует у людей, и особенно у молодежи мозаичное, клиповое мышление, разрывающее основные связи в обществе.

Как это ни странно прозвучит, но современному многоуровневому восприятию соответствует именно редкая книга, она дает возможность постижения информации в 3D-формате, а именно: погружение в определенную историческую эпоху при помощи дореволюционного алфавита и языка и прикосновение не просто к бумажному документу, а к книжному памятнику, сохранившемуся на протяжении довольно длительного времени и обладающему выдающимися художественными свойствами (эмоциональное и эстетическое воздействие).

Задача сотрудников библиотек как хранителей основ книжной культуры состоит в том, чтобы вернуть книге ведущее место в системе духовных ценностей, а редкую книгу сделать ядром библиотечного контента и катализатором культурных традиций. Для этого необходимо:

- тщательно отбирать книжную продукцию для самостоятельного чтения и комплектования библиотек, включение редкой книги в фонд каждой библиотеки;
- формировать культуру отношения к редкой книге в библиотечной среде;
- создавать и культивировать книжные традиции, опираясь на духовный потенциал редких книг;
- активно представлять редкие книги широкому кругу читателей с помощью массовых мероприятий и Интернета (виртуальные выставки, информирование о редких фондах в библиотеке, читательские клубы и т.д.);
- гармонично сочетать редкие, современные и электронные книги в информационном пространстве.