ДИСКУССИЯ

Козлов Сергей Васильевич, кандидат исторических наук, доцент, Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук, старший научный сотрудник лаборатории книговедения, г. Новосибирск, Россия, e-mail: feld71@mail.ru; ORCID 0000-0002-6784-8992

ОТ МАНУСКРИПТА К ГИПЕРССЫЛКЕ: ПЕЧАТНАЯ И ЦИФРОВАЯ РЕВОЛЮЦИИ В СРАВНИТЕЛЬНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ[1]

В статье проводится сравнительный историко-культурный анализ двух ключевых медийных революций: печатной революции XV в. и цифровой революции конца XX – начала XXI в. Проводится анализ становления понятия «медийные революции», показывающий сдвиг от технологического языка к материальности медиума, институтам и когнитивным режимам. Для системного сравнения предложена авторская матрица, с помощью которой анализируются ключевые аспекты обеих революций. Основные выводы подчеркивают структурные сходства и различия эпох, трансформацию авторства, изменение когнитивных практик и институциональных механизмов легитимации. Сравнительный анализ позволяет выявить повторяющиеся механизмы адаптации культуры к изменениям медиасреды. Отдельно показано, что эффекты медийных революций не сводятся к единому западному сценарию: на незападных примерах выявляется множественность траекторий, зависящих от институтов легитимации и режимов контроля доступа.

***Ключевые слова**: медийная революция, печатная культура, экранная культура, печатная революция, цифровая революция, история книги, медиатрансформации.*

Как цитировать: *Козлов С. В.* От манускрипта к гиперссылке: печатная и цифровая революции в сравнительной перспективе // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2026. № 1. С. 152–175. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.1.2026.152175

Sergey V. Kozlov, PhD in History, Senior Researcher, State Public Scientific and Technical Library of the SB RAS, Book History Lab, Novosibirsk, Russia; e-mail: feld71@mail.ru; ORCID 0000-0002-6784-8992.

FROM MANUSCRIPT TO THE HYPERLINK: THE PRINT AND DIGITAL REVOLUTIONS IN COMPARATIVE PERSPECTIVE

The article explores the phenomenon of media revolutions through a comparative analysis of the print revolution of the fifteenth century and the digital revolution of the late twentieth and early twenty-first centuries. The study aims to identify how these transformative shifts in media culture altered the production, circulation, and reception of knowledge, and how they reconfigured institutions of legitimacy and infrastructures of communication. The research applies an interdisciplinary methodology that combines book history, media theory, social and intellectual history, and introduces a comparative matrix designed to trace both structural similarities and cultural differences between the two epochs. Special attention is given to the conceptual evolution of the term "media revolutions," from early notions of "communication" or "information revolutions" to later discussions of "Gutenberg's revolution", mediological approaches, and current typologies. The findings demonstrate recurring mechanisms of cultural adaptation to technological change, including transformations of authorship, reading and navigation practices, and public visibility. The conclusion emphasizes the need for an analytical framework that resists both technological determinism and cultural relativism, offering instead a historically grounded perspective on the dynamics of media change. The research further reveals that the outcomes of media revolutions do not follow a uniform Western script. Examining non-Western contexts uncovers multiple trajectories shaped by distinct institutions of legitimation and systems controlling access.

***Key words**: media revolution, print culture, screen culture, printing revolution, digital revolution, history of the book, media transformations.*

To cite this article: Kozlov S. V. (2026) Ot manuskripta k giperssylke: pechatnaya i tsifrovaya revolyutsii v sravnitel'noy perspektive [From Manuscript to the Hyperlink: The Print and Digital Revolutions in Comparative Perspective]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 1: 152–175. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.1.2026.152175

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.1.2026.152175

Введение

В истории человеческой коммуникации выделяются несколько крупных трансформаций[2], которые в исследовательской традиции описываются как медийные революции. Среди них особое место занимают два эпохальных поворота – возникновение книгопечатания в середине XV в. (печатная революция) и распространение

цифровых технологий в конце XX – начале XXI в. (цифровая революция), которые радикально изменили способы производства, распространения и восприятия знаний, повлияли на социальные институты и культурные практики своего времени. Однако их сопоставление методологически затруднено из-за различий исторического контекста, масштабов и темпов изменений, а также из-за риска подмены анализа заранее заданной аналогией.

В статье выявлены сходства и различия воздействия печатного станка и цифровых технологий на культуру, а также методологические ограничения распространенной исследовательской стратегии, при которой цифровые процессы интерпретируются как «повторение» печатной революции.

Для обеспечения сопоставимости изучаемых явлений автор предлагает сравнительную матрицу, задающую единый уровень описания и набор параметров, применимых к обеим эпохам. Матрица построена как аналитическая рамка на материале западного исследовательского канона и далее будет кратко проиллюстрирована на контрастных незападных траекториях, чтобы уточнить границы ее применимости. Сравнение проводится по каждому параметру в параллельном режиме, что позволяет фиксировать как структурные соответствия, так и асимметрии, которые часто нивелируются в обобщающих макроисторических построениях. В матрице учитываются такие параметры, как технологическая база и материальные характеристики текста, инфраструктура распространения, институциональные изменения и механизмы легитимации, когнитивные практики чтения и навигации, социокультурные последствия.

Предлагаемый подход принципиально расходится с рядом распространенных стратегий, характерных для аналогичных работ. Во-первых, он отличается от обобщающих схем периодизации (например, типологии Р. Дебрэ с выделением «медиасфер» (2010)), которые продуктивны для построения крупномасштабного исторического описания, но не обеспечивают покомпонентного сравнения конкретных трансформаций. Во-вторых, он отличается от макроаналогий и прогностических построений (например, у П. Друкера[3]), где цифровая революция заранее задается как функциональный эквивалент печатной и затем иллюстрируется набором примеров. В-третьих, он отличается от макроисторических нарративов (как у Б. Коварика (Kovarik, 2011)), описывающих историю медиа как последовательность несколь-

ких коммуникационных революций. В данной статье сопоставимость обеспечивается через единый набор параметров, а выводы о сходствах и различиях формируются на основании анализа этих параметров, а не в форме предварительно принятой исторической аналогии.

За счет матричной структуры снижается риск технодетерминистских редукций (когда изменения выводятся преимущественно из свойств технологии) и культурно-релятивистских обобщений (когда контекст объявляется настолько уникальным, что сравнение теряет аналитический смысл). В результате анализ позволяет описывать механизмы институциональной и культурной адаптации к изменениям медиасреды на уровне отдельных компонентов (институтов, инфраструктур, практик), а не только на уровне общих исторических параллелей.

Концепция медийной революции: генезис и эволюция

Первым применить понятие «революция» к радикальным изменениям в сфере коммуникаций предложил в 1930-е гг. американский историк Роберт Альбион. Он ввел понятие «коммуникационная революция», описывая масштабные преобразования в транспорте и связи, начавшиеся с 1760-х гг. и подготовившие почву для индустриальной эпохи (Behringer, 2006: 333–334). Однако идея рассматривать эволюцию средств связи как отдельную революционную линию долго оставалась на периферии научного внимания.

Лишь в 1960-х гг. концепция революционного характера коммуникационных трансформаций получила широкое распространение. Благодаря Мариону Харперу, отметившему стремительный рост объемов данных и изменения в сфере коммуникаций (Harper, 1961), появилось понятие «информационная революция». Этот термин отражал не только технологические инновации, но и необходимость создать позитивный нарратив о переходе к обществу, основанному на информации. «Информационная революция» играла важную идеологическую роль, обещая новые возможности вместо кризиса, что сделало ее привлекательной для бизнеса и государственных структур (Cummings, 2016).

Со временем термин «информационная революция» перешел в академическую сферу и стал использоваться для описания системных культурных и социальных сдвигов, связанных с ростом роли

информации или даже непосредственно каналов ее передачи. В этом контексте ключевую роль сыграл канадский теоретик медиа Герберт Маршалл Маклюэн, который неоднократно обращался к идее «революции Гутенберга», рассматривая ее как смену аудиально-тактильной устной культуры на визуально ориентированную печатную (Маклюэн, 2003: 202; 2005: 247).

Работы Маклюэна подготовили почву для более строгих исторических исследований, в которых медиатехнологии рассматривались как движущая сила культурных изменений. Наиболее значимый вклад в этом направлении был внесен американским историком книги Элизабет Эйзенстайн, которая в своей книге «Печатный станок как агент перемен» показала, что изобретение Гутенберга стало началом «печатной революции», повлиявшей на интеллектуальные и социальные преобразования в Европе – Реформацию, научную революцию и Просвещение (Eisenstein, 1979).

Начиная с работ Э. Эйзенстайн, исследователи стали смещать акцент с собственно передачи информации на трансформации медиа как материальных, институциональных и когнитивных форм культуры. Печатная революция стала моделью для анализа последующих трансформаций медиа, и история медиа стала рассматриваться как серия качественных переходов, связанных со сменой доминирующих медиа.

В 1990-х гг. идея множественных радикальных трансформаций в сфере коммуникаций получила более четкое теоретическое оформление. Канадский ученый Стивен Харнад выделил четыре революции – речи, письма, печати и электронной передачи знаний (Harnad, 1991). Американский медиатеоретик Ирвинг Фанг расширил этот список до шести информационных революций, рассматривая их как системные изменения структуры общественного взаимодействия (Fang, 1997). Параллельно Питер Друкер предложил типологию четырех информационных революций, ориентируясь на изменения функций информации – от сакральной до управленческой[4]. Таким образом, к концу десятилетия в научный обиход вошло представление о множественных революциях, каждая из которых переопределяет не только способы передачи информации, но и культурные формы ее осмысления и использования.

В конце 1980 – начале 1990-х гг. в западном социогуманитарном знании формируется концепция «цифровой революции»,

обозначающая переход от аналоговых к цифровым технологиям, что глубоко изменило медиапрактики и культурные формы. Мануэль Кастельс описал цифровизацию как основу «сетевого общества» и нового социального порядка (2000). Лев Манович трактовал цифровую революцию как смену парадигмы восприятия медиа (2018), а Ник Кулдри и Андреас Хепп – как процесс, меняющий социальные, институциональные и когнитивные практики (Couldry, Hepp, 2017). Таким образом, цифровая революция начинает осмысляться не как локальный технологический сдвиг, а как комплексная трансформация культурно-коммуникационного порядка, определяющая логику современного медиаландшафта.

В то же время в гуманитарных науках возникло понятие «медийной революции», более гибкое, чем «информационная революция». Оно обозначает изменение не только технических средств передачи информации, но и всей структуры коммуникативных практик, институтов знания, форм авторства и способов восприятия информации. В этой связи важным стал вклад Режи Дебрэ, развившего концепцию медиологических революций (фр. *révolutions médiologiques*, в авторском переводе – *media revolution*), под которыми он понимал коренные изменения в способах фиксации и передачи текста, связанных с трансформацией практик чтения, роли автора и социальной значимости письменного слова. В своих работах Дебрэ показывает, что каждая медийная революция (а он выделяет их три: переход от устной культуры к письму, от письма к печати, а затем к цифровым медиа (Debray, 2000: 4)) меняет не только технологии, но и сами культурные условия существования текста.

К началу XXI в. в зарубежной гуманитарной мысли утвердился широкий подход, рассматривающий медийные революции как комплексную перестройку информационно-коммуникационного порядка, радикально трансформирующую инфраструктуру коммуникаций, когнитивные практики и социальную организацию знания. Такой подход позволил выявлять структурные сходства между эпохальными сдвигами в истории коммуникаций.

Материальная основа медиатрансформаций: методология сравнительного анализа медийных революций

Чтобы понять специфику печатной и цифровой революций, необходимо обратиться к их материальной основе – тем технологическим средам, которые формируют не только способы произ-

водства и распространения информации, но и культурные формы ее восприятия. Именно в материальности медиума – в том, каким образом устроен текст как объект и как он включен в инфраструктуру знания, – проявляются глубинные различия между эпохами книги и экрана. Для целей данной работы под медийной революцией понимается качественный скачок в коммуникационных технологиях, повлекший смену доминирующих медиа и коренную трансформацию культурных практик производства, распространения и усвоения знания. Отметим, что сопоставление двух медийных революций сопряжено с рядом методологических трудностей. Во-первых, оно требует осторожности в обращении с масштабными историческими категориями. Необходимо учитывать, что понятие «революция» по отношению к рассматриваемым процессам носит во многом метафорический характер: под общим термином «революция» скрываются принципиально разные по темпам, причинам и последствиям явления, что закономерно вызывает критику историков медиа, отмечающих, что подобная риторика часто затемняет структурную преемственность и имеет внеакадемические мотивы (Kortti, 2021). Во-вторых, критически важен отказ от оптики технологического детерминизма: печатная и цифровая революции оказывают влияние не потому, что являются «прогрессивными» технологиями, а потому что встраиваются в конкретные культурные, институциональные и экономические контексты. Сравнение возможно лишь при соблюдении ясных аналитических рамок: предметом сопоставления становятся не сами технологии, а производимые ими изменения в материальности текста, инфраструктуре знания и когнитивных практиках. Применение таких методологических ориентиров позволяет перейти от общих теоретических соображений к конкретному анализу двух ключевых медиатрансформаций – печатной и цифровой революций. Рассмотрим их в сравнительной перспективе, начиная с особенностей материальной природы каждого медиума и способов организации знания, которые из нее вытекают.

Печатная и цифровая революции разделены несколькими веками, существенно различаются по историческому контексту и технологической природе. Под печатной революцией обычно понимают распространение технологий типографской печати, вызванное изобретением И. Гутенберга (ок. 1440 г.), и последующие социокультурные изменения раннего Нового времени. Цифровая революция связана с появлением электронно-вычислительных

машин, интернета и новых средств коммуникации во второй половине XX – начале XXI в., что привело к формированию современного информационного общества.

Печатная революция, по наблюдению Э. Эйзенстайн, привела к появлению нового типа культурной стабильности: книга стала объектом, отличающимся высокой степенью стандартизации, фиксации и тиражируемости (Eisenstein, 1979). Материальный облик печатного текста – упорядоченный, линейный, воспроизводимый – соответствовал логике эпохи рационализации и секуляризации знания. Печатный медиум институционализировал определенные формы авторства и чтения: текст становился автономным, завершенным и устойчивым объектом, циркулирующим в рамках образовательной, научной и религиозной инфраструктуры. Как отмечал Уолтер Онг, «печать заменила сохранявшееся доминирование слуха в мире мысли и выражения доминированием зрения» (Ong, 1982: 119) и задала визуальный код мышления, формируя когнитивную установку на последовательность, иерархию и аргументацию.

В экранной культуре материальность текста утрачивает стабильность и становится текучей. Как отмечает Л. Манович, «объект новых медиа принципиально не является чем-то завершенным; наоборот, он может существовать в разных и потенциально бесконечных версиях» (2018: 70). В отличие от печатного текста, зафиксированного на физическом носителе, цифровой текст открыт для бесконечного редактирования, дополнения и трансформации. Его форма – будь то гипертекст, интерфейс или поток данных – подчинена логике постоянной актуализации и многомерного взаимодействия. Цифровые медиа «состоят из независимых элементов, каждый из которых, в свою очередь, состоит из более мелких независимых частей» (Манович, 2018: 65), что делает их структуру гибкой и изменчивой. Это меняет не только форму текста, но и сам способ его восприятия: на смену читателю приходит пользователь, а чтение превращается в процесс конфигурации, где каждый акт взаимодействия пересобирает текст заново. Таким образом, цифровая среда смещает фокус с устойчивого объекта на динамичный процесс – программирование, интерфейсные взаимодействия и сетевые потоки.

Цифровая среда разрушает свойственную печатному тексту стабильность. В печатной культуре текст был фиксированным, что

поддерживало авторитет автора, литературные каноны и формализованный контроль издателей. Но цифровые технологии – особенно гипертекст – меняют ситуацию: текст становится изменчивым, множится в версиях, а читатель превращается в соавтора. Исчезает четкое авторство, тексты циркулируют вне рамок традиционной инфраструктуры книжного рынка, а критерии достоверности обретают контекстуально-ситуативный характер, что сближает их с устной коммуникацией. Это не просто смена носителя, а глубокая трансформация культуры: акт чтения преобразуется в акт конфигурирования, а медиум становится активным соучастником смыслообразования.

Далее мы рассмотрим, как каждая революция изменила: 1) производство знаний (кто и как создает тексты/контент), 2) распространение знаний (каналы и скорость передачи информации аудитории), 3) восприятие знаний (когнитивные и социальные практики чтения и усвоения информации). Также будут учтены институциональные изменения и социокультурные последствия.

От скриптория к дата-центру: изменения в производстве, распространении и усвоении знания

История медийных революций – это не только смена материальных носителей, но и глубокая перестройка самой структуры производства знания. Каждая медиатрансформация влечет за собой изменение ролей и функций акторов, вовлеченных в создание, легитимацию и распространение смыслов. От монастырского скриптория, где знание сохранялось и передавалось в рамках сакральной традиции, до цифрового дата-центра, обеспечивающего хранение и обработку колоссальных массивов пользовательского контента, – вектор развития указывает на все большую децентрализацию, ускорение и автоматизацию процессов. Сравнительный анализ печатной и цифровой революций позволяет выявить, как трансформировались формы авторства, инфраструктуры интеллектуального производства и само понимание того, что считать знанием в каждый из периодов.

Прежде всего обратимся к тому, как меняется сам режим производства знания при переходе к печатной, а затем к цифровой эпохе. Печатная революция утвердила новый режим производства знания, опирающийся на тиражирование, стандартизацию

и институционализацию практик публикации текстов. Как показала Э. Эйзенстайн, печать закрепила эти принципы: унификацию, распространение идентичных копий и типографическую фиксированность, что создало условия для накопления и проверки знания. В результате текст перестал зависеть от индивидуального акта переписывания и мог циркулировать как устойчивый, воспроизводимый объект. Именно стабильность печатной формы и ее повторяемость придали опубликованному труду статус завершенного и устойчивого высказывания (Eisenstein, 1979: 46–47, 52–57, 113–126). Печатная революция радикально ускорила и удешевила создание книг, что привело к взрывному росту доступных знаний: за полвека после Гутенберга количество книг в Европе увеличилось на порядки.

Производство знаний приобрело индустриальные черты: стандартизацию форматов (страницы, оглавления, индексы), специализацию труда (корректоры, наборщики) и фиксацию содержания. Эта трансформация породила не только новый уровень доступности знаний, но и институции, ответственные за их контроль и отбор: академии, университеты, издательства, библиотеки. Адриан Джонс убедительно показал, что авторитет печатного текста не был автоматическим следствием появления новой технологии: он создавался практиками и институтами – репутацией издателей, редакционными процедурами, признанием со стороны ученых сообществ. Таким образом, «надежность» и «завершенность» публикации представляла собой не сугубо технический, а социальный эффект (Johns, 2000). Дэвид Кроник, изучавший конкретные ранние научные журналы XVII–XVIII вв., представил вырабатываемые ими процедуры установления авторитетности: идентификацию автора, редакционную проверку, публичную репутацию и признание научным сообществом (Kronick, 1978). Именно здесь формируется фигура «авторитетного автора» Нового времени – члена сообщества, чья институциональная принадлежность и жанрово-редакционная форма текста служат гарантией его достоверности. Таким образом, печатная революция привела к формированию четкой конфигурации авторства: текст должен быть опубликован, встроен в инфраструктуру проверки и узнаваем как завершенный.

Цифровая революция, напротив, размывает границы авторства и институционального производства знания. В условиях цифровой трансформации наблюдается переход от централизованного

производства к распределенному, сетевому и платформенному. Если печать требовала значительных ресурсов, то компьютер и интернет позволили любому пользователю стать автором и издателем. Цифровые копии создаются мгновенно и почти бесплатно, а публикация больше не зависит от институциональных посредников. Как показывает Пьер Леви, знание в цифровую эпоху все чаще обретает форму «коллективного интеллекта» – гибкой системы, в которой каждый пользователь одновременно выступает и потребителем, и производителем информации (Lévy, 1997: 13–15). Возникают новые формы продуктивности: *open-source*-проекты, вики-модели, социальные медиа, краудсорсинг. В терминах Генри Дженкинса это культура соучастия (*participatory culture*), где различие между профессиональным и любительским знанием размывается и переопределяется, а производство и циркуляция смыслов становятся результатом совместной деятельности множества субъектов (2019: 29–30). Это приводит к кризису традиционных форм авторитета: автор теряет монополию на интерпретацию, а институты – на фильтрацию знания.

При этом цифровая среда не только расширяет доступ к созданию знаний, но и перестраивает логику их производства. Вместо классической связки «автор–издатель–читатель» все чаще действует конфигурация «платформа–алгоритм–пользователь», где знание создается, отбирается и распространяется автоматически, на основе алгоритмических предпочтений (Gillespie, 2014: 167–169, 172–174). Платформенная логика опирается на принципы программируемости, популярности, коннективности и датификации, что переводит производство контента в непрерывный, реактивный процесс, встроенный в экосистему платформ (van Dijck, Poell, 2013: 5–7). Тем самым цифровая революция не отменяет институциональность, а заменяет ее платформенной логикой, где вместо экспертного отбора действует принцип вычислимой релевантности (Helmond, 2015).

От вопросов производства необходимо перейти к распространению знания – к тому, как меняются каналы и правила циркуляции текстов. Печатная революция не только изменила способы создания текста, но и привела к радикальной трансформации каналов его распространения. Возникновение типографии запустило формирование книжного рынка: книга стала коммерческим товаром с расширяющимися тиражами и читательскими аудиториями, а циркуляция знания встроилась в рыночные и публичные

практики. Сложились устойчивые сети торговли (включая ярмарки), конкурсные механизмы и повторяемые издательские процедуры, которые поддерживали воспроизводимость и расширение оборота печатной продукции (Febvre, Martin, 1976: 109–143, 187–189, 216–224, 248–249). В долгосрочной перспективе эти сдвиги способствовали секуляризации знания и росту новых публичных пространств – от читальных залов до научных обществ, где текст функционирует как средство обмена мнениями и дискуссии. Бенедикт Андерсон указывал, что именно печатный капитализм создал механически воспроизводимые печатные языки, унифицировав поля коммуникации и тем самым задав культурные условия возникновения наций как «воображаемых сообществ» (2001: 66–69).

В настоящее время логика распространения в значительной степени определяется не столько издательскими практиками, сколько архитектурой платформ и их алгоритмами. Цифровая революция меняет не только каналы, но и принципы распространения информации. Вместо линейной модели «издатель – читатель» возникает нелинейная, распределенная и алгоритмически управляемая система, трансформировавшая классический коммуникативный цикл, описанный Робертом Дарнтном (Козлов, 2025). Социальные сети, новостные агрегаторы, видеохостинги, поисковые системы – все эти платформы становятся медиаторами распространения знания, управляемыми логикой вовлечения, а не проверкой достоверности. Процесс платформизации, понимаемый как проникновение экономических, инфраструктурных и управленческих принципов цифровых платформ в различные сферы жизни (Poell, Nieborg, van Dijck, 2019), формирует новую экосистему циркуляции информации. В этой системе рекомендательные алгоритмы, механизмы персонализации и сетевые метрики (лайки, клики, просмотры) задают каналы дистрибуции, в которых информация распространяется не в силу своей научной или культурной значимости, а в силу ее способности генерировать вовлечение пользователей. Как отмечает Мануэль Кастельс, в логике сетевой коммуникации знание и его циркуляция перестраиваются в децентрализованную конфигурацию: несмотря на попытки регулирования и коммерциализации, интернет «характеризуется широчайшим распространением, многосторонней децентрализацией и гибкостью». Это проявляется как множественность узлов и кон-

туров: «тысячи и тысячи подобных микросетей действуют сегодня в мире, охватывая весь спектр человеческой коммуникации», а «архитектура сети останется технологически открытой, способствуя широкому публичному доступу» (2000: 335–338).

Наконец, чтобы картина была полной, рассмотрим, как все эти сдвиги отражаются на усвоении знания – когнитивных процессах и читательских практиках. В печатной культуре процесс чтения был тесно связан с линейной структурой текста, закрепленного на физическом носителе. Как подчеркивал Уолтер Онг, печать способствовала развитию логического, аргументативного и визуально ориентированного мышления, формируя установку на последовательность, завершенность и анализ (Ong, 1982: 119–122, 129–132). Роже Шартье, рассматривающий эти явления в историко-культурной перспективе, мыслит сосредоточенное чтение не как универсальную когнитивную норму, а как исторически меняющуюся практику, формируемую материальной организацией книги и социальными контекстами ее употребления. Технические, визуальные и физические устройства печатной книги – формат, верстка, заголовки, оглавления, индексы, маргиналии – организуют чтение и задают диапазон допустимых присвоений текста (Chartier, 1994; VIII–IX: 1–7, 20–22). В таком окружении книга становилась не просто источником информации, но объектом длительного размышления; именно эти материальные и институциональные параметры поддерживали медленное, анализирующее, абстрагирующее «глубокое чтение» (Birkerts, 1994; Wolf, 2007). Эта практика институционализировалась в образовательных структурах раннего Нового времени: лекции и диспуты по фиксированным корпусам текстов, библиотечные инфраструктуры и экзамены закрепляли навыки внимательного усвоения канонических книг (de Ridder-Symoens (ed.), 1996).

Цифровая среда, напротив, переводит акт чтения в режим навигации и конфигурации. Вместо линейного текста пользователь сталкивается с гипертекстовой и мультимодальной структурой, ориентированной на активную навигацию, выбор и переключение. Как показывает Л. Манович, экранная культура предполагает не «завершенное произведение», а вариативность и культурный интерфейс: цифровой объект существует в множестве версий, а пользователь через интерфейс конфигурирует траекторию и сборку материала (2018: 70–80, 106–114, 313–323). Возникает феномен

«сканирующего чтения» (*scanning*), при котором внимание фрагментируется, а усвоение знаний становится эпизодическим. Цифровые практики усвоения информации действительно могут снижать способность к длительной концентрации, увеличивая когнитивные «издержки переключения» и смещая обработку в сторону поверхностной (Carr, 2010). Таким образом, цифровая революция не только меняет форму текста, но и перенастраивает режимы усвоения знания: контент становится потоком/интерфейсом/взаимодействием, требующим постоянной настройки. Акт чтения превращается в акт конфигурации, где пользователь сам создает маршрут смыслов, взаимодействуя не с текстом, а с его цифровой оболочкой.

Таблица 1

Сравнительная матрица печатной и цифровой революций

Признак	Печатная революция	Цифровая революция
Материальность текста	Фиксация, стандартизация, стабильная версия; тираж как копии идентичного объекта	Текучесть и вариативность; модульность и обновляемость; версия как процесс
Авторство и статус текста	«Завершенное» высказывание; сильная фигура автора; институциональная атрибуция и ответственность	Распределенное/коллаборативное производство; размывание границ профессионального/любительского; соавторство пользователя
Каналы распространения	Книжный рынок, сети книготорговцев; устойчивые издательские циклы и логистика	Платформенная дистрибуция; персонализация потоков; метрики вовлечения управляют видимостью
Легитимация и доверие	Редакционная репутация, корректура, рецензирование; библиографические метаданные и каталоги	Платформенная модерация и ранжирование; внешние фактчек-практики; репутационные сигналы
Темпы и ритмы диффузии	Ускорение относительно скриптория, но ограничено материальной логистикой тиражей	Мгновенная тиражируемость и сетевое распространение; высокая гибкость и масштабируемость
Публичная сфера	Журналы, научные общества, читальные залы; печатно опосредованные «воображаемые сообщества»	Многослойные сетевые «микропубличности» на платформах; гибрид публичного и частного; новые режимы модерации

Окончание таблицы 1

Режимы памяти/ архивности	Долговременная сохранность экземпляров; библиотеки и архивы; устойчивые формат	Зависимость от платформ/ форматов; версия как поток; расширенная поисковость
Логика взаимодействия с аудиторией	Опосредованная и медленная (письма в редакцию, рецензии); акцент на углубленное чтение	Непосредственная и мгновенная (лайки, комментарии, шеринг); акцент на вовлечение и удержание

И наконец, рассмотрим социокультурные последствия анализируемых масштабных медийных трансформаций. Печатная революция стимулировала возникновение и институционализацию новых форм публичности (журналы, научные общества, читальные залы), которые могут быть осмыслены через концепт «публичной сферы» Юргена Хабермаса как исторически сформировавшееся пространство критической дискуссии; в этой модели периодическая печать выступает ключевой инфраструктурой публичной коммуникации и формирования публичного мнения (Хабермас, 2016: 75, 78–83, 106–112). При этом эффекты публичности исторически вариативны и зависят от режимов контроля доступа к каналам распространения и условий видимости, о чем будет сказано ниже. В цифровую эпоху публичная сфера приобретает сетевую конфигурацию и режим «микропубличностей», формируемых платформами; видимость и приоритет тем определяются алгоритмическими механизмами и метриками вовлеченности. Это расширяет участие, но одновременно усиливает фрагментацию и асимметрию доступа; теоретически это описывается как состояние «платформенного общества» и «сетевой публичной сферы» (Benkler, 2006: 212–272).

Таким образом, анализ производства, распространения и усвоения знаний в ходе печатной и цифровой революций позволяет выявить глубинные изменения, производимые этими трансформациями в культуре. Каждая из революций формирует собственный режим знания – с характерными структурами авторства, каналами дистрибуции, когнитивными паттернами и институциональными механизмами легитимации. Печатная эпоха закрепила модель централизованного производства и стандартизированного усвоения текста, поддерживаемую научными, образовательными и издательскими институтами. В отличие от нее, цифровая эпоха ориентирована на децентрализацию, участие и гибкость, где знание

все чаще создается в рамках платформ, распространяется по сетевым маршрутам и воспринимается в динамичном интерфейсном режиме. Эти различия не сводятся к смене технологий: речь идет о смене культурной логики знания, которая затрагивает не только способы фиксации и передачи информации, но и само понимание того, что считать достоверным, важным и легитимным в конкретной медиасреде. Однако эта конфигурация во многом выведена из западного исторического опыта; далее матрица кратко проверяется на нескольких контрастных, незападных траекториях.

Множественность траекторий медийных революций

Следует особо оговориться, что предлагаемая матрица в значительной степени опирается на западные исторические траектории (европейский «печатный капитализм», либеральная публичная сфера, коммерциализация массовых медиа, а в современной фазе платформенная экономика и сетевые формы публичности). Обращение к незападному опыту может продемонстрировать множественность траекторий медийных революций: сходные технические формы могут порождать разные режимы знания, если различаются институциональные условия легитимации, государственные и религиозные ограничения, образовательные инфраструктуры и архитектуры контроля доступа. В этом смысле три контрастных примера ниже следует рассматривать как проверку матрицы на конфигурациях, в которых ожидаемые бинарности (фиксированность печати и текучесть цифры, централизация и децентрализация, смена когнитивных режимов) проявляются не как жесткие противоположности, а как исторически и политически настраиваемые отношения.

Весьма показательным в этом смысле является позднеимперский Китай, где коммерческая печать, включая развитые региональные центры книгоиздания, формирует масштабируемую инфраструктуру распространения, но не обязательно ведет к тем же моделям публичности, что в европейском варианте. Эмпирические исследования книжного рынка демонстрируют, что тиражируемость здесь сочетается с высокой вариативностью текстов: переиздания, комментирование и компилятивные практики делают «версию» не окончательным продуктом, а результатом длительной редакторской и издательской работы, распределенной между авторами, комментаторами и издателями (Chia, 2002;

Brokaw, Chow (eds.), 2005). При этом критерии легитимного знания в значительной мере задаются централизованной экзаменационной и бюрократической инфраструктурой, которая направляет и форматирует издательский спрос. В терминах матрицы это означает, что производство может быть рыночным и сравнительно децентрализованным, тогда как легитимация и «ось канона» остаются институционально централизованными, что усложняет прямую связку между печатью, децентрализацией и либерализацией режимов знания.

Если китайский пример показывает совместимость коммерческой печати с сильной институциональной централизацией легитимации, то османский опыт демонстрирует иной тип расхождения между техническими возможностями и социальным эффектом медиа. Исторические исследования османской печатной культуры фиксируют, что печатная книга интегрировалась не как одномоментная замена рукописи, а как длительная и выборочная адаптация, в которой жанровая иерархия, религиозные нормы и профессиональные интересы (в том числе групп, связанных с рукописным производством) задавали темп и границы распространения печати (Sabev, 2018). В рамках матрицы это важно как контрпример к универсалистскому тезису о неизбежной «революционной» скорости и демократизации: даже при наличии печатной технологии режим знания может сохранять рукописную инфраструктуру как значимую основу авторитета и воспроизводства, а печать выступает как селективное расширение каналов, не обязательно разрушая прежние механизмы контроля и легитимации.

Современный пример КНР позволяет симметрично проблематизировать уже цифровые бинарности, прежде всего тезис о том, что сетевые медиа автоматически ведут к децентрализации. Исследования платформенного регулирования *WeChat* показывают, что цифровая «текучесть» часто принимает форму управляемой изменчивости: редактируемость и обновляемость текста в значительной степени определяются инфраструктурой платформы, включая модерацию, фильтрацию и механизмы видимости, а не только пользовательскими практиками. Эмпирические данные фиксируют автоматическую цензуру по ключевым словам и асимметрию режимов контроля для разных групп пользователей, что превращает платформу в точку концентрации власти над доступом

и публичностью, то есть в механизм централизации внутри сетевой формы распространения (Ruan, Knockel, Ng, Crete-Nishihata, 2016). В терминах матрицы это означает, что цифровая коммуникация может одновременно расширять участие и воспроизводить институциональные асимметрии через непрозрачные правила видимости и удаления, а «публичность» становится зависимой от платформенного суверенитета и регуляторных режимов.

В сумме эти примеры уточняют и усиливают объяснительную ценность матрицы: во-первых, оппозиции «централизация/децентрализация» и «фиксированность/текучесть» корректнее трактовать как континуумы, настраиваемые сочетанием технологии, институтов и инфраструктур контроля; во-вторых, «медийная революция» эмпирически проявляется не как универсальный сценарий, а как множественные траектории, где ключевую роль играют режимы легитимации знания (экзаменационные, религиозные, платформенные) и суверенитет над каналами доступа; в-третьих, сопоставление незападных кейсов с западным каноном позволяет не отменить общую теоретическую рамку, а сделать ее более строгой, показывая, при каких условиях матрица предсказывает усиление центров контроля, устойчивость гибридных форм и неоднозначность когнитивных и публичных эффектов медийных преобразований.

Заключение

Исследование в сравнительно-исторической перспективе выявило и сходства, и различия между печатной и цифровой медийными революциями – ключевыми поворотами в истории коммуникации. Обе, радикально изменив фиксацию, производство и распространение знания, изменили и культурные практики, механизмы легитимации и когнитивные режимы. Рассмотрение этих процессов требует отказа от упрощенного технодетерминизма и подтверждает значимость комплексного историко-культурного подхода.

Печатная революция, основанная на стандартизации и институционализации, закрепила авторскую ответственность, централизованные каналы распространения и практики «глубокого чтения»; при этом за пределами западного культурного ареала печать могла сочетаться с централизованной легитимацией и не была

обязана порождать либеральную публичность европейского типа. В противоположность этому цифровая революция характеризуется текучестью материала, распределенным производством, алгоритмическими механизмами распространения и навигационными формами усвоения знания, что может вести к децентрализации контроля и переосмыслению института авторства, но также может формировать новые режимы централизации (платформенной и регуляторной).

Методологически необходимо учитывать не только технику, но и материальность медиума, инфраструктуры знания и социокультурный контекст. Это позволяет преодолеть риторику «революции», рассматривая медиатрансформации как сложные исторические процессы. Опыт печатной эпохи служит ориентиром для анализа вызовов цифрового времени – от образования и регулирования до устойчивых стратегий коммуникации.

Итак, медийные революции – не просто смена технологий, а перестройка логики знания, затрагивающая все уровни коммуникации и культурные формы; ее осмысление помогает точнее описывать современную медиасреду.

Примечания

[1] Статья подготовлена по плану НИР ГПНТБ СО РАН, проект «Трансформация книжной культуры в социальных коммуникациях XIX–XXI вв.», № 122041100088-9.

[2] Под «медийными (медиа) трансформациями» мы понимаем широкий круг изменений – от постепенных эволюционных сдвигов до кардинальных переломов. Термин «трансформация» фиксирует сам факт изменения структуры коммуникации, но не указывает на его скорость или радикальность. «Медийная революция» – понятие более узкое и емкое, оно используется для обозначения качественного скачка, переломного этапа в развитии медиакоммуникаций.

[3] Drucker P. (1998) The Next Information Revolution. *Forbes ASAP*. August, 24. Available at: https://www.forbes.com/asap/1998/0824/046.html (accessed: 18.09.2025).

[4] Там же.

Библиография

Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2001.

Дебрэ Р. Введение в медиологию. М.: Праксис, 2010.

Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа. М.: РИПОЛ классик, 2019.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.

Козлов С. В. Модель коммуникативного цикла Роберта Дарнтона: вызовы цифровой эпохи // Научные и технические библиотеки. 2025. № 6. С. 40–55.

Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М.: Академический проект, 2005.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Канон-пресс-Ц, 2003.

Манович Л. Язык новых медиа. М.: Ad Marginem, 2018.

Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: Исследования относительно категории буржуазного общества. М.: Весь мир, 2016.

Behringer W. (2006) Communications Revolutions: A Historiographical Concept. *German History* 24 (3): 333–374.

Benkler Y. (2006) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven; London: Yale University Press.

Birkerts S. (1994) *The Gutenberg Elegies: The Fate of Reading in an Electronic Age*. Boston: Faber and Faber.

Brokaw C. J., Chow K.-W. (eds.) (2005) *Printing and Book Culture in Late Imperial China*. Berkeley: University of California Press.

Carr N. (2010) *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York: W. W. Norton & Co.

Chartier R. (1994) *The Order of Books: Readers, Authors, and Libraries in Europe between the Fourteenth and Eighteenth Centuries*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Chia L. (2002) *Printing for Profit: The Commercial Publishers of Jianyang, Fujian (11th–17th Centuries)*. Cambridge, Mass.: Harvard University Asia Center for Harvard-Yenching Institute.

Couldry N., Hepp A. (2017) *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.

Cummings A. S. (2016) Of sorcerers and thought leaders: marketing the information revolution in the 1960s. *The Sixties* 9 (1): 1–25. DOI: 10.1080/17541328.2015.1114746

De Ridder-Symoens H. (ed.) (1996) *A History of the University in Europe. Vol. 2: Universities in Early Modern Europe (1500–1800)*. Cambridge: Cambridge University Press.

Debray R. (2000) Les révolutions médiologiques dans l'Histoire: pour une approche comparative [Mediological Revolutions in History: Towards a Comparative Approach]. *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)* 1: 4–12.

Eisenstein E. (1979) *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe*: in 2 vols. Cambridge: Cambridge University Press.

Fang I. (1997) *A History of Mass Communication: Six Information Revolutions*. Boston: Routledge/Taylor & Francis Group.

Febvre L., Martin H.-J. (1976) *The Coming of the Book: The Impact of Printing, 1450–1800*. London: Verso.

Gillespie T. (2014) The Relevance of Algorithms. In T. Gillespie, P. Boczkowski, K. Foot (eds.) *Media Technologies*. Cambridge, MA: MIT Press. Pp. 167–194.

Harnad S. (1991) Post-Gutenberg galaxy: The fourth revolution in the means of production of knowledge. *Public-Access Computer Systems Review* 2 (1): 39–53.

Harper M. (1961) A New Profession to Aid Management. *Journal of Marketing* 25 (3): 1–6.

Helmond A. (2015) The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society* 1 (2).

Johns A. (2000) *The Nature of the Book: Print and Knowledge in the Making*. Chicago; London: Univ. of Chicago Press.

Kortti J. (2021) Revolution Talk and Media History. *Academia Letters* 811. DOI: 10.20935/AL811.

Kovarik B. (2011) *Revolutions in Communication: Media History from Gutenberg to the Digital Age*. New York: Continuum International Pub. Group.

Kronick D. A. (1978) Authorship and Authority in the Scientific Periodicals of the Seventeenth and Eighteenth Centuries. *The Library Quarterly* 48 (3): 255–275.

Lévy P. (1997) *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Cambridge, MA: Perseus Books.

Ong W. J. (1982) *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. London; New York: Methuen.

Poell T., Nieborg D., van Dijck J. (2019) Platformisation. *Internet Policy Review* 8 (4). DOI: 10.14763/2019.4.1425

Ruan L., Knockel J., Ng J. Q., Crete-Nishihata M. (2016) One App, Two Systems: How WeChat uses one censorship policy in China and another internationally. *The Citizen Lab*. Available at: https://citizenlab.ca/research/wechat-china-censorship-one-app-two-systems/ (accessed: 26.02.2026).

Sabev O. (2018) *Waiting for M teferrika: Glimpses on Ottoman Print Culture*. Boston: Academic Studies Press.

Van Dijck J., Poell T. (2013) Understanding Social Media Logic. *Media and Communication* 1 (1): 2–14.

Wolf M. (2007) *Proust and the Squid: The Story and Science of the Reading Brain*. New York: Harper.

Notes

Drucker P. (1998) The Next Information Revolution. *Forbes ASAP*. August 24. Available at: https://www.forbes.com/asap/1998/0824/046.html (accessed: 18.09.2025).

References

Anderson B. (2001) *Voobrazhaemye soobshchestva. Razmyshleniya ob istokakh i rasprostranenii natsionalizma* [Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism]. Moscow: KANON-press-Ts Publ.; Kuchkovo pole Publ. (In Russian)

Behringer W. (2006) Communications Revolutions: A Historiographical Concept. *German History* 24 (3): 333–374.

Benkler Y. (2006) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven; London: Yale University Press.

Birkerts S. (1994) *The Gutenberg Elegies: The Fate of Reading in an Electronic Age*. Boston: Faber and Faber.

Brokaw C. J., Chow K.-W. (eds.) (2005) *Printing and Book Culture in Late Imperial China*. Berkeley: University of California Press.

Carr N. (2010) *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York: W. W. Norton & Co.

Castells M. (2000) *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura* [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Moscow: HSE Univ. Publ. (In Russian)

Chartier R. (1994) *The Order of Books: Readers, Authors, and Libraries in Europe between the Fourteenth and Eighteenth Centuries*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Chia L. (2002) *Printing for Profit: The Commercial Publishers of Jianyang, Fujian (11th–17th Centuries)*. Cambridge, Mass.: Harvard University Asia Center for Harvard-Yenching Institute.

Couldry N., Hepp A. (2017) *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.

Cummings A. S. (2016) Of sorcerers and thought leaders: marketing the information revolution in the 1960s. *The Sixties* 9 (1): 1–25. DOI: 10.1080/17541328.2015.1114746

De Ridder-Symoens H. (ed.) (1996) *A History of the University in Europe. Vol. 2: Universities in Early Modern Europe (1500–1800)*. Cambridge: Cambridge University Press.

Debray R. (2000) Les révolutions médiologiques dans l'Histoire: pour une approche comparative [Mediological Revolutions in History: Towards a Comparative Approach]. *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)* 1: 4–12.

Debray R. (2010) *Vvedenie v mediologiyu* [Introduction to Mediology]. Moscow: Praksis Publ. (In Russian)

Eisenstein E. (1979) *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe*: in 2 vols. Cambridge: Cambridge University Press.

Fang I. (1997) *A History of Mass Communication: Six Information Revolutions*. Boston: Routledge/Taylor & Francis Group.

Febvre L., Martin H.-J. (1976) *The Coming of the Book: The Impact of Printing, 1450–1800*. London: Verso.

Gillespie T. (2014) The Relevance of Algorithms. In T. Gillespie, P. Boczkowski, K. Foot (eds.) *Media Technologies*. Cambridge, MA: MIT Press. Pp. 167–194.

Habermas J. (2016) *Strukturnoe izmenenie publichnoi sfery: Issledovaniya otnositel'no kategorii burzhuaznogo obshchestva* [The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society]. Moscow: Ves' mir Publ. (In Russian)

Harnad S. (1991) Post-Gutenberg galaxy: The fourth revolution in the means of production of knowledge. *Public-Access Computer Systems Review* 2 (1): 39–53.

Harper M. (1961) A New Profession to Aid Management. *Journal of Marketing* 25 (3): 1–6.

Helmond A. (2015) The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society* 1 (2).

Jenkins H. (2019) *Konvergentnaya kul'tura. Stolknovenie starykh i novykh media* [Convergence Culture: Where Old and New Media Collide]. Moscow: RIPOL klassik Publ. (In Russian)

Johns A. (2000) *The Nature of the Book: Print and Knowledge in the Making*. Chicago; London: Univ. of Chicago Press.

Kortti J. (2021) Revolution Talk and Media History. *Academia Letters* 811. DOI: 10.20935/AL811.

Kovarik B. (2011) *Revolutions in Communication: Media History from Gutenberg to the Digital Age*. New York: Continuum International Pub. Group.

Kozlov S. V. (2025) Model' kommunikativnogo tsikla Roberta Darntona: vyzovy tsifrovoi epokhi [Robert Darnton's Communication Circuit Model: Challenges of the Digital Age]. *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki* [*Scientific and Technical Libraries*] 6: 40–55. (In Russian)

Kronick D. A. (1978) Authorship and Authority in the Scientific Periodicals of the Seventeenth and Eighteenth Centuries. *The Library Quarterly* 48 (3): 255–275.

Lévy P. (1997) *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Cambridge, MA: Perseus Books.

Manovich L. (2018) *Yazyk novykh media* [The Language of New Media]. Moscow: Ad Marginem Publ. (In Russian)

McLuhan M. (2005) *Galaktika Gutenberga. Stanovlenie cheloveka pechatayushchego* [The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man]. Moscow: Akademicheskii proekt Publ. (In Russian)

McLuhan M. (2003) *Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man]. Moscow: Kanon-press-Ts Publ. (In Russian)

Ong W. J. (1982) *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. London; New York: Methuen.

Poell T., Nieborg D., van Dijck J. (2019) Platformisation. *Internet Policy Review* 8 (4). DOI: 10.14763/2019.4.1425

Ruan L., Knockel J., Ng J. Q., Crete-Nishihata M. (2016) One App, Two Systems: How WeChat uses one censorship policy in China and another

internationally. *The Citizen Lab*. Available at: https://citizenlab.ca/research/wechat-china-censorship-one-app-two-systems/ (accessed: 26.02.2026).

Sabev O. (2018) *Waiting for Müteferrika: Glimpses on Ottoman Print Culture*. Boston: Academic Studies Press.

Van Dijck J., Poell T. (2013) Understanding Social Media Logic. *Media and Communication* 1 (1): 2–14.

Wolf M. (2007) *Proust and the Squid: The Story and Science of the Reading Brain*. New York: Harper.

Поступила в редакцию
28.09.2025