

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики

ІВАНОВА ОЛЕНА АНДРІЇВНА

УДК 007:82–92:316.77:316.324.8(477)(043.3)

**ЛІТЕРАТУРНО-МИСТЕЦЬКА ПЕРІОДИКА
В СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ
ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ**

Спеціальність 27.00.01 — теорія та історія соціальних комунікацій

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора наук із соціальних комунікацій

Київ — 2010

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі журналістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

Науковий консультант: доктор філологічних наук, професор
АЛЕКСАНДРОВ Олександр Васильович,
Одеський національний університет
імені І. І. Мечникова,
завідувач кафедри журналістики

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, доцент
ФІНКЛЕР Юрій Едуардович,
Галицький інститут імені В. Чорновола
Національного університету «Києво-Могилянська
академія», завідувач кафедри гуманітарної
підготовки та соціальних комунікацій

доктор філологічних наук, доцент
ПОПЛАВСЬКА Наталія Миколаївна,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка,
завідувач кафедри журналістики

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент
БУТИРІНА Марія Валеріївна,
Дніпропетровський національний університет
імені Олеся Гончара, завідувач кафедри реклами
та зв'язків з громадськістю

Захист відбудеться **«18» січня 2011 р.** об **11 годині** на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.34 Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 04119, м. Київ, вул. Мельникова, 36/1, Інститут журналістики.

З дисертацією можна ознайомитись у Науковій бібліотеці імені М. О. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 01033, м. Київ, вул. Володимирська, 58.

Автореферат розіслано **«19» листопада 2010 р.**

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради,
кандидат філологічних наук, доцент

В. М. Корнєєв

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Внаслідок стрімкого розвитку інформаційних технологій наприкінці ХХ — початку ХХІ ст. сформувалось інформаційне середовище, що поступово витворює новий тип суспільства. Сьогодні триває перехід до нових форм культурного життя, а не тільки формування нової інфраструктури — глобальної інформаційної. Проникаючи в усі сфери соціокультурного буття, ці зміни реалізуються й у зоні соціальних комунікацій. Одним із соціальних полів, а — відповідно — сегментом царини соціальних комунікацій є художня література як сфера творчої діяльності. Через утвердження глобальних трансформацій культури нинішній загальноцивілізаційний та особистий досвід літератури постає феноменом розриву, коли вчорашня сталість думок про неї (горизонт очікування, стабільність історії постатей, жанрів, напрямів, шкіл, ґрунтовність теорії, висота авторитетів) втрачає свою вагомість та адекватність. Перманентний перегляд і нове ствердження цінності мистецтва слова актуалізує проблему комунікаційного вписування літератури як соціокультурного феномена в контекст епохи. Соціальні комунікації, де реалізує себе мистецтво слова сьогодні, визначають його соціокультурний — ціннісно-функціональний і комунікаційний — статус, дослідження якого може стати джерелом усвідомлення цінності й ваги художньої літератури в конкретних історико-культурних обставинах, як і чинником осмислення нових властивостей культурної реальності в аспекті її комунікаційного потенціалу.

Література наразі «вливається» в загальний контекст глобальних інформаційних потоків і дій, що й спричиняє актуальність її вивчення з точки зору соціальнокомунікаційних процесів. У контексті осмислення нових форм комунікації виникають підстави для адекватного розуміння досвіду літератури, котрим володіє культура сьогодення, оскільки сучасна вербальна творчість є наслідком не тільки власних мутацій, а й результатом упливів з боку інших сфер суспільної діяльності, що реалізуються через зміну функцій і ціннісних характеристик літератури та трактуються чи то як її еволюція, чи то як мутація, чи то як колонізація політикою, рекламою, мас-медіа тощо. Власне культура сьогодення вже отримала чималу кількість тлумачень. Теоретики нової епохи нерідко пророкують близьку «смерть» літературній творчості, відтак є потреба з'ясувати обґрунтованість таких думок, як і перевірити твердження про прихід нової ери й формування надзвичайної соціальної влади мас-медіа та інформаційних технологій в умовах сучасної культури через вивчення соціальнокомунікаційних контактів і впливів літератури. За таких умов нагальною є потреба комплексного дослідження соціальних комунікацій щодо літератури. Його підґрунтям має стати наукова база сучасної гуманітаристики, зокрема літературознавства, філософії, теорії масової комунікації, соціології, комунікативістики, оскільки сьогодні все активніше стверджується, що продуктивною є нова парадигма наукового знання — дослідження проблемних ситуацій, котрі не мають чіткої локалізації в межах однієї науки, а визнаються важливими для більшості

гуманітарних спеціальностей. Натомість слід зорієнтувати таке дослідження на комунікативістику як методологію знання, де спосіб дослідження явищ наближується до їхніх комунікаційних ознак як онтологічних (М. Бахтін, Ж. Бодріяр, П. Бурдьє, Ю. Габермас, М. Зубрицька, Р. Інгарден, М. Кастельс, Ю. Лотман, Н. Луман, М. Мак-Луен, Дж. Пітерс, П. Слотердайк Ф. Уебстер), та теорію соціальних комунікацій і практичну соціологію преси (О. Александров, В. Буряк, О. Вартанова, В. Владимиров, О. Гриценко, В. Демченко, Л. Землянова, І. Зернецька, В. Іванов, С. Квіт, Н. Кирилова, Н. Костенко, І. Михайлин, Н. Непійвода, Б. Потятиник, Г. Почепцов, Т. Приступенко, В. Різун, Н. Сидоренко, Л. Федотова, Ю. Фінклер, І. Фомічова, О. Холод, Б. Черняков, А. Чічановський, В. Шкляр). Перспектива дослідження соціальних комунікацій щодо літератури полягає у вивченні феноменальності життя літератури в соціальнокомунікаційному просторі сучасності, експлікатором чого є, зокрема, й періодика про мистецтво слова. Актуальність роботи обумовлена й необхідністю формування системної картини сучасної української літературно-мистецької періодики як специфічного медіасуб'єкта, який є центром соціальнокомунікаційних процесів щодо літератури, чого у вітчизняній науці ще не було здійснено, що стало б внеском у формування бази інформаційних моделей сучасного комунікаційного простору України.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Наукове дослідження здійснено в межах комплексних програм науково-дослідних робіт кафедри журналістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова «Діалог у мистецтві слова» (№ 0101U001412, 2000–2005 рр.), «Дослідження парадигм сучасного масовоінформаційного простору» (№0107U003867, 2006–2011 рр.).

Мета дослідження — дати науково обґрунтоване комплексне пояснення діяльності української літературно-мистецької журнальної періодики, що є суб'єктом представлення та формування ціннісно-функціонального й комунікаційного статусу художньої літератури в соціальнокомунікаційному просторі початку ХХІ ст., виявити та описати специфіку цього статусу.

Визначена мета дослідження зумовила розв'язання таких **завдань**: систематизація уявлень про початок ХХІ століття як соціокультурний простір сучасності, де здійснюється літературна та мас-медійна діяльність; визначення та опис комунікаційних особливостей сучасності, зокрема щодо організації інформаційного та мас-медійного просторів; встановлення креативного та рецептивного потенціалів художньої літератури, систематизація форм і тенденцій його реалізації в сьогоденні; побудова концептуальної моделі літературно-мистецького журнального видання; опис літературно-мистецької періодики сучасної України як окремого сегменту мас-медійного простору; моніторинг відображення в українській літературно-мистецькій періодиці картини суспільних процесів щодо взаємозв'язків літератури та соціуму;

дослідження моделей комунікації між простором літератури й соціумом, що презентуються періодикою як продуктивні в сучасних умовах;
діагностика програмності й верстки сучасних українських часописів, що опікуються літературою;
тлумачення бачення літературно-мистецькими виданнями функціональності простору літератури та принципів його впорядкування;
аналіз характеру та впливовості коментування сучасними українськими літературно-мистецькими виданнями літератури як феномена.

Об'єкт дослідження — соціальнокомунікаційні процеси щодо літератури в соціокультурному просторі України початку ХХІ ст. *Предмет дослідження* пропонуваної дисертації комплексний: сучасний ціннісно-функціональний і комунікаційний статус літератури, з одного боку, і літературно-мистецьке журнальне видання як концептуальна модель та як сегмент української журнальної періодики, що експлікує соціальні комунікації щодо літератури, презентує та формує цей статус — з іншого.

Основний матеріал дослідження — провідні українські журнальні видання про літературу: «Київська Русь», «ШО», «Кур'єр Кривбасу», «Книжник-review», «Березіль», «Сучасність», «Дзвін», «Київ», «Дніпро» та «Вітчизна». Критерієм хронологічної локалізації матеріалу став початок ХХІ ст., який розуміється як розгортання нового типу глобальної світової культури, що охоплює своїм впливом і Україну 2000-х рр. Безпосередній матеріал дослідження, що підлягав детальному багатоаспектному аналізу, — контент та формат зазначених літературно-мистецьких часописів протягом першого півріччя 2007 р. Додатково було опрацьовано відомості щодо функціонування видань у 2005 та 2009 рр., щоб спостереження та висновки були ґрунтовнішими й відображали динаміку виявлених тенденцій. Загальна кількість опрацьованого матеріалу — 102 випуски (66 за 2007 р., 18 — 2005 р., 18 — 2009 р.). Сучасну українську журналістику в дослідженні розглянуто синхронно, поза межами історико-журналістського процесу, значна увага при цьому приділена проблемі континууму сучасної української літературно-мистецької журнальної періодики.

Методи дослідження. Метод побудови моделі видання використовувався для створення концептуальної моделі літературно-мистецького журналу. Структурний метод аналізу текстів масової комунікації застосовано для вивчення можливостей випуску журналу як цілого на рівні композиційного (формального) та архітектонічного (змістовного) потенціалів його структури. Можливості контент-аналізу були використані для вивчення змісту повідомлень літературно-мистецьких видань про ціннісно-функціональний статус літератури та аналізу їхніх комунікативних намірів. Метод аналізу встановлення пріоритетів застосовувався для окреслення кола тем і проблем, на яких акцентує літературно-мистецька періодика як вартих найбільшої уваги аудиторії. Дослідження літературно-мистецької періодики було також герменевтичною роботою та передбачало розуміння тих рецепцій літератури, що з'явилися у мас-медійному контексті. Цей метод у поєднанні з іншими

методами моніторингу надав можливість діагностувати стан літературно-мистецької періодики сучасної України, а також зробити певні прогнози щодо її розвитку. Під час вирішення окремих завдань дослідження на різних його етапах використовувались емпіричні та теоретичні прийоми: спостереження, опис, класифікація та систематизація.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що у вітчизняній науці вперше здійснено комплексне багатоаспектне дослідження діяльності української літературно-мистецької журнальної періодики, що є медіасуб'єктом, який здійснює представлення та формування ціннісно-функціонального й комунікаційного статусу літератури в соціокультурному просторі початку XXI ст.

До наукового обігу введено категорію «культура тотальної інформаційності» на позначення сучасності як етапу становлення нового типу суспільства, описано її комунікаційні особливості, зокрема реалізовані на рівні організації інформаційного та мас-медійного просторів.

Встановлено комунікаційні фактори, а також систематизовано й описано форми й тенденції креативної та рецептивної реалізації художньої літератури в умовах сучасності.

Побудовано концептуальну модель літературно-мистецького журнального видання, що базується на функціональних ознаках часопису як специфічного медіасуб'єкта, описано його комунікаційний потенціал.

У дисертації вперше у вітчизняній науці про журналістику здійснено системний кількісно-якісний моніторинг сучасної української літературно-мистецької журнальної періодики на основі дослідження її контенту, комунікативних намірів, аудиторної орієнтації, потенціалу формату. Запропоновано власне бачення програмності й настановних дій сучасних українських часописів, що опікуються літературою. Здійснено діагностику та прогнозування діяльності українських літературно-мистецьких журналів в умовах культури тотальної інформаційності.

Дослідивши літературно-мистецьку журнальну періодичку як комунікатора щодо літератури, ми проблематизували питання розмивання межі між літературою як соціокультурним простором та іншими осередками соціальної дійсності, нівелювання автономності цього поля, втрати авторитету та «символічного капіталу» й мистецтва слова, і журналу про літературу; виявили фактори неефективності комунікації між виробниками та споживачами мистецтва слова; описали тенденцію до «горизонталізації» (семантичного спрощення, технологізації) літератури на рівні і письма, і читання як шляху гармонізації відносин літератури та її публіки; пояснили причини та наміри зацікавленості різних суб'єктів (митців, читачів і журналістів) у реалізації соціальних комунікацій щодо літератури в соціокультурних умовах сучасності.

Наукова достовірність результатів дослідження засвідчена зібраними емпіричними відомостями, що унаочнені у вигляді таблиць та діаграм, забезпечена теоретико-методологічною обґрунтованістю вихідних положень,

застосуванням комплексу взаємодоповнювальних методів аналізу, репрезентативністю джерельної бази дисертації та фактичного матеріалу.

Теоретична і практична цінність результатів дослідження. Наукові положення дослідження мають важливе значення для ґрунтовного й повноцінного вивчення сучасної української журналістики та сфери соціальних комунікацій. Основні результати зумовлюють цілісне уявлення про функціонування літературно-мистецької періодики в сучасному соціальнокомунікаційному просторі, пояснюють характер соціальних комунікацій щодо літератури, що дає можливість збагатити теорію та історію соціальних комунікацій у методологічному та методичному аспектах. Основні результати дослідження можуть слугувати для побудови концептуальних моделей медіасуб'єктів, що працюють на різні зони соціокультурної реальності, діагностики мас-медійної роботи сучасних «товстих» часописів, прогнозування комунікаційних тенденцій нового типу культури. Результати, висновки, емпіричні спостереження можуть бути застосовані практиками масової комунікації, редакціями літературно-мистецьких ЗМК для самоконтролю та планування роботи, зібрані й прокоментовані відомості можуть стати внеском у формування бази інформаційних моделей сучасного інформаційного простору України.

Особистий внесок здобувача. Дисертаційне дослідження є результатом самостійної дослідницької роботи дисертантки, здійсненої в 2001–2010 роках. Висновки й рекомендації, зокрема і ті, що характеризують наукову новизну, зроблені автором особисто.

Апробація роботи. Дисертація була обговорена й схвалена на засіданні кафедри журналістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Основні результати дослідження були оприлюднені в наукових доповідях, виголошених автором на конференціях і семінарах. Серед них Міжнародна конференція «Дискурс як об'єкт філологічної науки» (Харків, 2001); П'ятий міжнародний Конгрес українців (Чернівці, 2002); Міжнародна науково-практична конференція «Глобалізація та проблеми вітчизняного медіапростору» (Запоріжжя, 2005); Шостий міжнародний Конгрес українців (Донецьк, 2005); Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні процеси міжкультурної взаємодії і мовна практика» (Тирасполь, 2005); Науково-практична конференція «Актуальні проблеми журналістикознавства» (Одеса, 2005); Науково-практична конференція «Журналістика в 2005 году: трансформація моделей СМІ в постсоветском информационном пространстве» (Москва, 2006); Міжнародна наукова конференція, присвячена 40-річчю кафедри теорії літератури і художньої культури «Донецкая филологическая школа: итоги и перспективы» (Донецьк, 2006); III Международная конференция «Современное информационное пространство: журналистика и медиаобразование» (Алушта, 2007); 62-га Наукова конференція професорсько-викладацького складу і наукових працівників ОНУ імені І. І. Мечникова (Одеса, 2007); Международный Форум русистов Украины «Проблемы развития русистики как полиаспектной науки

в эпоху мировой глобализации и интеграции» (Ялта, 2008); I Всеукраїнська наукова конференція «Регіональні ЗМІ України: історія, стан і перспективи розвитку» (Луганськ, 2008); Міжнародна науково-практична конференція «Журналістика 2008: українське журналістознавство, освіта, термінологія і стандарти» (Київ, 2008); VII Міжнародний науковий семінар «Предъявление мира в гуманитарных дискурсах XXI века» (Луганськ, 2008); Міжнародна науково-практична конференція «Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології ХХ століття» (Одеса, 2008); IV Международная конференция «Современное информационное пространство: журналистика и медиаобразование» (Алушта, 2008), Міжнародні дні науки Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка (Київ, 2009), VIII Международный симпозиум «Крым и мировая литература» (Феодосія, 2009), Міжнародна наукова конференція «Журналістика 2010: методологія досліджень у галузі соціальних комунікацій» (Київ, 2010) та IX Международная научная конференция «Межкультурные коммуникации: научные школы и современные направления лингвистических исследований» (Алушта, 2010).

Публікації. За темою дисертації опубліковано монографію, 21 наукову статтю у фахових наукових виданнях, зареєстрованих ВАК України, матеріали та тези доповідей на наукових конференціях.

Структура роботи. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків і списку використаних джерел (368 позицій). Повний обсяг роботи — 462 сторінки, основний зміст — 419 сторінок, таблиці (16) та діаграми (57) — 49 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми та її зв'язок з науковими програмами кафедри журналістики ОНУ імені І. І. Мечникова, де виконувалася робота; визначено мету й завдання дисертації, її об'єкт і предмет; наведено використані методи дослідження; розкрито наукову новизну; окреслено теоретичне й практичне значення одержаних результатів та запропонованих висновків; з'ясовано особистий внесок здобувача; поінформовано про апробацію роботи на конференціях та наведено відомості про опубліковані праці.

У **першому розділі «Теоретико-методологічні засади дослідження»** здійснено аналіз теоретико-методологічних підходів до вивчення тих явищ, що стали предметом дослідження, розкрито наукове підґрунтя та концептуальний апарат дисертаційної роботи.

У **підрозділі 1.1. «Соціокультурний простір початку ХХІ століття як культура тотальної інформаційності»** увагу зосереджено на встановленні принципів ознак сучасності як соціокультурного простору, в якому функціонує художня література та літературно-мистецька періодика.

У **пункті 1.1.1. «Теорії та концепції сучасного суспільства»** здійснено огляд теорій та концепцій сучасності, які формують уявлення про найважливіші риси культури сьогодення. Зокрема, йдеться про економічні

теорії нового («постіндустріального») суспільства (Д. Белл, М. Кастельс, Й. Масуда) як коло поглядів на розвиток сучасності; технологічні концепції нового («технотронного» чи «технологічного») суспільства (Зб. Бжезінський, Дж. Гелбрейт, Г. Йонас, Дж. Несбіт, Г. Шиллер); гуманітарні концепції, де цей тип суспільства називається «постгуманітарним» (Н. Вінер, Н. Луман, В. Маккалок, У. Матурані, Дж. фон Нейман, Х. фон Ферстер, Н. Хейлз, К. Шеннон, Гі Дебор, Ж. Бодріяр); інформаційні теорії нового суспільства (Н. Луман, Ф. Махлап, О. Тоффлер, Т. Умесао). Окремо було приділено увагу культурологічним теоріям нового суспільства, які зосереджені на сфері культури й називають його «постмодерним» (В. Беньямін, П. Бурдьє, Ю. Габермас, Ю. Жицінський, С. Леш): останнім часом триває диференціація полів (окремих соціальних сфер — економіки, політики, мистецтва), їхнє нове об'єднання; мистецтво стає неауратичним.

У пункті 1.1.2. «Характеристика культури тотальної інформаційності» доводиться, що обраний для дослідження сучасності феноменологічний підхід визначає культуру початку ХХІ століття як таку, котра виправдано допускає суперечливі твердження про себе, тому що вона трансформується при нас і сприймається з позицій «тут і тепер». Наголошено, що новий тип суспільства постає як об'єкт міждисциплінарних досліджень, оскільки реалізується в різноманітних виявах у загальному контексті розвитку цивілізації, та підкреслено, що вивчення феноменів соціокультурної сфери сучасності можливе лише з урахуванням ознак нового типу суспільного буття. З метою дослідження сучасного соціокультурного простору запропоновано введення категорії «культура тотальної інформаційності» для позначення нинішнього етапу розвитку людства в загальному векторі інформаційного суспільства, який переживається й усвідомлюється як сучасність. Розглядати певний простір (сферу, реальність) як підпорядкований принципу тотальності — бачити окремі його вияви, стани, компоненти як такі, що взаємно впливають і пов'язані єдиними законами (позиція прихильників сучасної неklasичної наукової парадигми В. Гоча, В. Кулініченка, В. Кизими). Введена категорія дає можливість об'єднати контекст різних гуманітарних наук (літературознавства, філософії, політології, соціології, теорії масової комунікації та комунікативістики) спільним науковим апаратом для вивчення соціокультурних феноменів.

У пункті 1.1.3. «Специфіка інформаційного порядку сучасності» детально описано особливості сучасної культури як культури тотальної інформаційності, що реалізуються у сфері інформаційних відносин: глобальність, мережність, цифровізованість (чи дигіталізованість), віртуальність, масовізованість (чи масифікованість) та медіатизованість. Наголошено, що культуру тотальної інформаційності як етап у розвитку людства слід відрізнити від інформаційного середовища (інфосфери), котре існує в будь-якому типі культури, проте найсуттєвіші ознаки нової інформаційної реальності виявлені у формуванні нових властивостей інформаційного простору та нових комунікаційних ознак, що визначають

властивості власне культури. Зараз формуються нові принципи і комунікативної поведінки, і соціокультурного буття.

Культура тотальної інформаційності як новий соціальний контекст змінює життя літератури. У **підрозділі 1.2. «Формування і функціонування художньої літератури в умовах сучасної культури»** розкрито питання умов і механізмів функціонування мистецтва слова початку XXI століття та доведено необхідність вивчення літератури як соціокультурного феномена.

Пункт 1.2.1. «Літературно-естетична діяльність як об'єктивація креативного досвіду сучасності» та пункт 1.2.2. «Читання як об'єктивація рецептивного досвіду сучасності» присвячено аналізу змін літературно-мистецької діяльності. Літературний твір у культурі тотальної інформаційності вміщений у контекст нових комунікаційних можливостей інформаційного простору, що створює загрозу його статусу самоцінного феномена. Сучасний креативний (виробництво) і рецептивний (сприймання) досвід літератури демонструється такими помітними в нинішніх соціокультурних обставинах тенденціями, як технологізація та масовізація письма й читання (рецептурна обізнаність автора, трендовість твору, формування й широке поширення соціокультурних настанов на споживання однотипної літературної продукції), архітектонічно-композиційна та жанрова трансформація літератури (фрагментарність, нелінійність викладу, порушення причинно-наслідкових зв'язків, композиційна розрізненість, розмивання, застигання й стагнація жанрових форм), віртуалізація світу літературного твору, нівеляції межі між фактуальними й фікціональними творами, медіатизованість рецептивного досвіду як його залежність від повідомлень у мас-медіа, а також загальна антиномічність, різновекторність літературно-мистецького досвіду (письма) та літературно-рецептивної діяльності (читання), що виявляється у відсутності літературного процесу як очевидного руху літератури та єдиної читацької спільноти, що має інтерсуб'єктивний досвід читання. Сучасна література вимагає активного читача, непересічного, готового до гри, відповідальної та самостійної інтерпретаційної роботи, натомість читання втрачає можливість бути престижною справою, втрачаються навички серйозного читання, формується некритичний в оцінках, керований, пасивний та нетворчий тип читача. Підпорядкування заданим стратегіям читання забезпечує стабільність спілкування з літературою.

Зона активності літератури, царина пошуків і трансформацій мистецтва слова в сучасності, де реалізуються суперечливі тенденції, породжує такий різновид літературної продукції, яку було запропоновано назвати *«горизонталізованою літературою»* (або *«знесамоціненою літературою»*). Горизонталізація — це позбавлення літератури недосяжно високого авторитету й зняття тягаря відповідальності з читача за необхідність бути гідним діалогу з нею. «Горизонталізована література» не претендує на місце ні масової, ні високої літератури, але існує як реакція на них, використовуючи їхні літературно-мистецькі й літературно-рецептивні механізми; зберігає пам'ять про літературний твір як самоцінний феномен і спрощує креативну та

рецептивну реалізацію літератури в умовах культури тотальної інформаційності.

У пункті 1.2.3. «Методологія вивчення соціокультурного статусу літератури» описано підґрунтя аналізу соціокультурних позицій літератури в сучасних умовах. Зокрема, доведено, що дослідження соціокультурного статусу літератури вимагає кореляції декількох підходів, які мають скласти інтегровану методологію дослідження. Статус літератури в суспільстві — експлікація ситуативної специфічності властивостей і функцій мистецтва слова, характер їхнього сприйняття й усвідомлення, а також особливості соціальних комунікацій, до яких залучена література як соціокультурний феномен. Це зона перетину інтересів декількох галузей знань: у який спосіб функціонує мистецтво як соціокультурне явище і що таке досвід суспільства про мистецтво — це сфера інтересів соціології мистецтва (Т. Адорно, Ю. Баб, М. Вебер, Г. Гагоорт, Б. Гройс, Л. Гудков, Є. Добренко, Б. Дубін, Е. Дуков, В. Жидков, М. Каган, Т. Куришева, Д. Лукач, Б. Овчарек, Ю. Осокін, Г. Плеханов, Н. Рубакін, В. Фріче, А. Хаузер); література як феномен, що існує за власними законами та є джерелом унікального досвіду, вивчається літературознавством (М. Бланшо, Б. Гаспаров, М. Гаспаров, М. Гіршман, О. Жолковський, М. Зубрицька, В. Ізер, Р. Інгарден, Дж. Каллер, Т. Касаткіна, Ю. Лотман, П. Рікер, І. Смірнов, Н. Тамарченко, Цв. Годоров, В. Тюпа, О. Чудаков, Г. Яусс).

Питання про те, чим визначається, як регламентується та яким чином здійснюється комунікація літератури із соціумом і культурою; що відбувається, коли зустрічаються твір та аудиторія; які функціональні характеристики має мистецтво слова сьогодні та як вони оцінюються й за що цінуються, — це зона наукових інтересів літературознавства, орієнтованого на дослідження комунікаційності літератури. Альтернативність цієї позиції полягає перш за все у введенні широкого соціального контексту в царину літературознавчих дослідницьких практик, якого б аспекту естетичної діяльності це не стосувалося. Підкреслено, що соціально-історична конкретність комунікаційності й ціннісно-функціональних характеристик літератури підлягає об'єктивному аналізу, оскільки характеризується специфічними соціальними формами спілкування, у яких виявляє себе література. Загальна методологічна настанова запропонованого підходу — аналіз рецептивних практик у контексті конкретно-історичного розвитку як процесу становлення феномена літератури, що має визначений соціокультурний (ціннісно-функціональний і комунікаційний) статус, виступаючи продуктом спільної, хоч і плюральної, діалогічної естетичної діяльності автора, героя й читача, та занурюється в соціальні комунікації.

Соціокультурний ціннісно-функціональний статус літератури — це категорія, що розкриває зміст і форми побутування літератури в конкретних реаліях культури. Проблема, яка окреслюється в такому ракурсі сприйняття позицій науки щодо літератури як предмету дослідження, зводиться до визначення стабільних і нестабільних факторів її природи. Стабільність

уберігає її від розчинення, нестабільність надає динамічності існування: література постає як зміна її станів. Щоб бачити літературу як стабільно-нестабільне утворення, треба перейти від вивчення індивідуальних характеристик літератури до дослідження її розгортання, руху, поведінки в соціокультурних обставинах. Література постає і розкривається у контактах з конкретною історико-культурною ситуацією, а її динаміка розуміється як взаємодія цього соціального поля з іншими, як процес і результат взаємовпливу. Принципові теоретичні положення обраного підходу формувалися під впливом теорії структурно-функціонального аналізу В. Парсонса, теорії соціальних полів П. Бурдьє, теорії систем Н. Лумана, концепції естетичного досвіду Г. Яусса, літературознавчо-соціологічних ідей М. Бахтіна.

У другому розділі **«Методика вивчення літературно-мистецької періодики як суб'єкта представлення та формування ціннісно-функціонального статусу художньої літератури»** обґрунтовано вибір напряму дослідження обраного об'єкта, описано розроблену методику його аналізу.

У підрозділі 2.1. **«Мас-медіа в культурі тотальної інформаційності»** розкрито специфіку функціонування ЗМК у нових умовах. Сьогодні мас-медіа — це медіасередовище, яке, з одного боку, є органічною вагомою часткою інформаційного простору, реалізує його якості й тенденції розвитку, а з іншого — є суб'єктом і каналом інформаційно-комунікаційних відносин. Це простір для комунікування різних соціальних інститутів, соціальних суб'єктів, що потребують спілкування, взаємодії, порозуміння та ідентифікації. Суспільство нового типу формується через швидкий розвиток і конвергенцію інформаційних і комунікаційних технологій. Через оперття на дослідження сучасної вітчизняної журналістики (В. Владимиров, О. Гриценко, В. Демченко, В. Іванов, С. Квіт, І. Паримський, Т. Приступенко, В. Різун, Ю. Фінклер, О. Чічановський, В. Шкляр) констатовано, що попри і стихійну, і свідому скерованість України на новітні тенденції, нам доведеться пройти ще значний шлях медіареформ для того, щоб українські ЗМК долучилися до загальносвітового мас-медійного процесу.

Серед тенденцій розвитку медіасфери розглянуто такі: комерціалізація мас-медіа, перетворення інформації на привабливий товар та засіб контролю споживача, стандартизація, уніфікація мас-медійного продукту, зменшення інформаційно-комунікаційної різноманітності медіапродукції, збіднення змісту інформаційних повідомлень тощо. Це — засоби корекції дійсності, як і поширені сьогодні технології фрагментації, інсценізації реальності та вибудовування пріоритетності в подачі окремих повідомлень, що притаманно мас-медійній діяльності. Наголошено також на тому, що ЗМК формують (тому що так собі уявляють світ) суспільну свідомість, і самі ж у результаті змушені реагувати, пристосовуватися до цих уявлень, враховувати у вибудовування своїх комунікацій. Рефлексія реальності, яку здійснює журналістика, — це не лише виголошена думка (хоч і вона має суттєве

значення), а також критерії та умови бачення. Мас-медіа — це демонстрація того, як власне суспільство описує себе, оскільки позиція мас-медіа закорінена в принципах сприйняття дійсності соціумом («спостереження другого порядку» або «спостереження спостерігачів», за Н. Луманом, що потребує дослідження не в категоріях викривлення, а в категоріях конструювання реальності), вони виявляють знаки культури для самої культури, важливі як фактори її самоусвідомлення. Наголошено на переконливості такої позиції та її адекватності розумінню діяльності літературно-мистецької періодики: видання про літературу — артикуляція досвіду сучасності як культури тотальної інформаційності і про інформаційні та комунікаційні можливості мас-медіа, і про потенціал мистецтва слова, і про власний поступ.

У *підрозділі 2.2. «Мас-медіа і простір літератури»* доведено, що для вирішення окресленої проблеми комунікаційного вписування літератури як соціокультурного феномена в контекст сучасної епохи (початкової стадії інформаційного суспільства) на теренах України треба зосередити дослідницьку увагу на соціальних комунікаціях щодо літератури, центром яких є літературно-мистецький журнал.

Літературно-мистецьке журнальне видання — це спеціалізований ЗМК, який конструює (через селективний відбір фактів і коментарів) образ літератури як соціокультурної реальності; транслює його аудиторії, спілкуючись з якою, навіює їй цей образ, формуючи цим і аудиторію; встановлює контакт між літературою та соціумом в аспекті координації запитів та очікувань споживачів і пропозицій виробників; надає слово творцям літератури, проте також лише на умовах селекції, реалізуючи у своїй комунікаційній діяльності уявлення культури про соціокультурний ціннісно-функціональний статус мистецтва слова. Журнал — це розповідь і розповідач про поточне життя літератури, що позиціонується на фоні пережитого минулого та очікуваного майбутнього як її образ у динаміці й змінах, шануванні традиції та очікуванні новаторства. Періодика про мистецтво слова характеризується соціальною інституціалізованістю і виступає самостійним гравцем у просторі соціальних комунікацій з, *для і про* літературу, який їх упорядковує, санкціонує й забезпечує реалізацію. У розмовах *про* літературу і *для* літератури у сфері мас-медіа має місце інтерсуб'єктивний контакт і формується контекст (поточних, суперечливих, вільних, ангажованих, щирих, неправдивих, цікавих, тривіальних, глибоких тощо) вражень, висловлених у компетенції й логіці ініціатора такої комунікації — літературно-мистецької періодики, що у свою чергу дозволяє досліджувати і її як експлікованого спостерігача та комунікатора. У ЗМК мистецтву слова також надається можливість «прямої» актуалізації, це комунікація з літературою у формі публікації творів та публічних виступів літераторів (інтерв'ю, коментар, нарис, рецензія тощо). Літературно-мистецька періодика — це репрезентоване уявлення про літературу певної епохи разом зі всіма правилами, керуючись якими, суспільство надає літературі соціокультурного статусу.

Літературно-мистецька періодика як об'єкт дослідження доступна для системного опису: цілий спектр наукових питань підлягає продуктивному розв'язанню через застосування детально розробленої методики аналізу текстів (герменевтичний структурний аналіз, контент-аналіз) та методики аналізу мас-медійних процесів (метод вивчення встановлення пріоритетів, метод побудови моделі видання, контент-аналіз).

У **підрозділі 2.3. «Комплексний моніторинг літературно-мистецької періодики як спосіб дослідження соціальних комунікацій щодо художньої літератури»** описано параметри застосованого в дослідженні системного моніторингу літературно-мистецької періодики сучасної України, розробленого згідно з теоретико-методологічним підґрунтям роботи та з урахуванням потенціалу наукових методів, що використовуються сучасною гуманітаристикою загалом та науками про соціальні комунікації зокрема (контент-аналіз, метод побудови моделі, метод вивчення встановлення пріоритетів, структурний та герменевтичний методи). Ключовим методом став контент-аналіз, решта — доповнювали та забезпечували розкриття конкретних питань у межах комплексного дослідження. Окремі емпіричні відомості й спостереження підлягали зіставленню, перевірці на взаємообумовленість і взаємоузгодженість; кількісно-якісно впорядковані відомості щодо окремого видання тлумачились як унікальна позиція в інформаційному просторі і порівнювалися з відомостями про інші видання, узагальнювалися для визначення особливостей комунікаційної діяльності цього типу мас-медіа; проводилося взаємне проектування спостережень і результатів дослідження. Генеральна сукупність, яка підлягала детальному аналізу, — десять всеукраїнських літературно-мистецьких журналів за 2005–2009 рр. Вони мають найвищі показники обсягу, накладу та стали аудиторну орієнтацію; література для кожного з них є провідною проблемно-тематичною зоною, яка систематично розробляється. Періодом, вибраним для дослідження цього мас-медійного масиву, стало п'ятиріччя, що в роботі розуміється як період виявлення рис культури тотальної інформаційності в українському соціокультурному контексті.

У **третьому розділі «Сучасна українська літературно-мистецька журнальна періодика як медіасуб'єкт»** літературно-мистецькі журнальні видання досліджені як концептуальна модель та описані як окремий мас-медійний сегмент. Також увагу приділено програмності української літературно-мистецької періодики, аудиторній орієнтації та цілісності випуску журналу.

У **підрозділі 3.1. «Концептуальна модель літературно-мистецького журналу»** наголошено, що в дослідженні обрано підхід, який зосереджується на функціональному (комунікаційному, прагматичному) аспекті журналістики (розробляється в працях О. Зернецької, В. Іванова, Н. Костенко, Б. Потятиника, Є. Прохорова, В. Різуна, Ю. Фінклера, О. Холода, А. Чічановського): мас-медіа розглядається як комунікатор, що має свої стратегії діяльності, мету та засоби; у соціологічному плані порушуються

питання впливу преси на соціум, відповідальності, функціонального діапазону, у комунікаційному — питання технологій спілкування комуніканта й комуніката.

З позицій функціонального підходу літературно-мистецька періодика — система з нестійкою динамічною рівновагою, оскільки, з одного боку, має різнопланові функції в соціальнокомунікаційному середовищі, а з іншого — постійно реагує на зовнішні впливи. Доведено, що видання, присвячені літературі, треба номінувати «літературно-мистецька періодика» з огляду на їхні функціональні ознаки та розробити відповідну модель цього типу ЗМК.

Концептуальна модель літературно-мистецького видання, накреслена й детально описана в цьому підрозділі, містить визначення предмета зацікавлень такого типу мас-медіа, особливостей цільової аудиторії, комунікування з відповідним соціокультурним простором та характеру впливу на кожного з учасників комунікаційного процесу. Вона демонструє уявлення про те, чим постає літературно-мистецька журнальна періодика як медіасуб'єкт у сфері соціальних комунікацій щодо літератури, пояснює характер здійснюваної нею роботи та містить функціональні параметри цього типу ЗМК.

У підрозділі 3.2. *«Системний огляд усеукраїнської літературно-мистецької журнальної періодики»* викладено результати вивчення української періодики, зосередженої на літературі, у перспективному плані формування картини журнальної культури України початку ХХІ століття в літературно-мистецькому її сегменті. Проведене в межах цього кола питань окреме контент-аналітичне дослідження передбачало визначення того, які проблемно-тематичні зони суспільного життя розробляються виданнями, наскільки широкий їхній тематичний діапазон. Показники змісту інформаційних повідомлень, що відстежувалися: рівень інформативності видань, тематичний діапазон, співвіднесеність тематичних ліній у виданнях, співмірність інтересу до минулого й сучасності, проекція простору літератури на інші соціокультурні контексти.

За кількістю матеріалів лідерами серед усеукраїнських літературно-мистецьких журналів за 2005–2009 рр. є «Книжник-review», «ШО», «Кур'єр Кривбасу», хоча матеріали у цих виданнях є не надто розлогими, аутсайдерами — «Дніпро», «Вітчизна» та «Березіль», хоча загальний обсяг кожного номера — значний, що свідчить про об'ємність матеріалів, а також вказує на бажання журналів формувати (або підтримувати) погляди аудиторії на літературу, спосіб її бачення, а не презентувати своїм читачам поточне життя мистецтва слова у його розмаїтості. За період 2005–2009 рр. увага до літератури як соціокультурного простору дещо слабшає, як і зацікавленість суспільною проблематикою, проте зростає інтерес до мистецтва в цілому.

Кожне з видань самостійно вирішує питання віднайдення балансу щодо розподілу уваги між сучасністю й минулим, літературою та іншими тематичними зонами, обсягом і кількістю матеріалів. Проте, за комплексом показників інформативності «найбагатшими» виявилися журнали «Київська

Русь», «Кур'єр Кривбасу» (протягом 2005–2009 рр.), а «найбіднішими» — «Дніпро» (до 2009 р.), «Київ» та «Вітчизна» (у 2009 р.) як дві зони — відповідно центру й периферії — у континуумі, який займають усеукраїнські літературно-мистецькі журнали, між ними — поле комунікаційної діяльності цього типу медіасуб'єкта в сучасному українському інформаційному просторі.

Намірам, потенційним можливостям й фактичним реалізаціям літературно-мистецьких видань як специфічного медіасуб'єкта, що характеризується особливостями формату та комунікаційної діяльності, присвячено **підрозділ 3.3. «Програмність і верстка видань про літературу»**. У пункті 3.3.1. «Комунікативні наміри журналу як медіасуб'єкта» ознаки кожного з десяти всеукраїнських літературно-мистецьких журналів були проаналізовані в контексті реалізації виданнями програми дій, що властива цьому функціональному типу мас-медіа. Наголошено, що діяльність літературно-мистецьких видань тлумачиться як посередницька місія в контексті масового спілкування (В. Різун) та проблематизовано питання програмності роботи видання про літературу. Цей медіасуб'єкт, як спостерігач, здійснює концептуалізацію дійсності, формує позицію щодо неї (зокрема, простору літератури), з якої і веде комунікацію, тому програмність може бути ідентифікована.

У контексті порушених питань увагу було зосереджено на статусі коментаторів літератури на сторінках періодики. Значна частка коментаторів зсередины простору літератури («ШО», «Березіль», «Київська Русь») свідчить про наміри видань забезпечити скорочення дистанції між читачем та митцем через встановлення безпосереднього їхнього контакту та бажання виносити судження й оцінювати літературу за її власними законами; мала («Дніпро», «Сучасність», «Дзвін») — означає схильність видань до підтримування статусу відстороненості від простору літератури та прагнення оцінювати мистецтво слова за встановленими над ним критеріями. Комунікаційну діяльність значної частини часописів («Книжник-review», «Кур'єр Кривбасу», «Київ») можна інтерпретувати як схильність зберігати зовнішню позицію щодо простору літератури як провідну і бажання компетентної та внутрішньо прийнятної власне для літератури розмови про неї. Кількість коментаторів (найбільше у «Книжника-review», найменше — у «Дніпра» та «Кур'єра Кривбасу») можна тлумачити як налаштованість одних часописів на широку дискусію про літературу та інших — на розмову про неї винятково з «ключовими особами», яких обрав журнал. Перша позиція відкрита й плюралістична, друга — закрита й авторитарна. Проте, перша — швидше втрачає свіжість, хоч і залишається актуальною, друга — надає перевагу ґрунтовності реакцій. Досліджувані видання за кількістю коментаторів (і, відповідно, за стратегіями діяльності) розташовуються між цими двома крайніми точками.

Літературно-мистецька періодика здійснює встановлення пріоритетів у вигляді трансляції різними типами комунікантів-коментаторів закликів до

активності (і мистецької, і читацької спільноти, а також влади, суспільства загалом) та констатацій певного стану простору літератури й соціокультурного контексту, найбільша частка котрих стосується літературної творчості (30 %) та літературної продукції (17 %), менше хвилює періодику літературна традиція (7 %) та нове літературне покоління (6 %). Верстка в контексті суспільної проблематики також простежуються. Активістами цієї програми є «Сучасність», «Дніпро», «Березіль», «Кур'єр Кривбасу» та «Київ». Найчастіше настановні дії торкаються питань формування національної свідомості (52 %), стосунків з Росією (20 %) та державної політики (10 %).

Редакційна політика часопису скерована на відповідну цільову аудиторію. Горизонт очікування видання щодо аудиторії містить ціннісні орієнтації, до яких апелює цей медіасуб'єкт та які він пропонує аудиторії. Про ці аспекти діяльності літературно-мистецької періодики мовилося в *пункті 3.3.2. «Аудиторна орієнтація видання»*. Встановлюючи контакт з читачем, літературно-мистецька періодика підтримує інтерес до читання («Київська Русь», «ШО», «Книжник-review»), керує читанням («Кур'єр Кривбасу», «Дніпро», «Дзвін», «Київ»), хоч і апелює до різних варіантів читацького досвіду. Для «Київської Русі» важливим є зближення з читачем у поглядах на літературне життя, створення для зацікавлених у житті літератури спільного комунікаційного поля для зустрічі й порозуміння. «ШО» має на меті демократизм у відносинах з читачем, загострення акцентів у осмисленні літератури, прагне ввести літературу в царину публічності та висвітлити зону актуального мистецтва. У варіанті «ШО» літературно-мистецька періодика виявляється цікавішою за саму літературу, про яку пише, хоча при цьому і не розвиває читача, на відміну від «Книжника-review», завжди компетентнішого за свого читача, якого прагне просвітити. «Дніпро», «Дзвін», «Київ», «Березіль» та «Сучасність» — журнали, що репрезентують інституціональний дискурс українського літературного процесу, надаючи можливість висловитися лідерам визнаного літературного руху через розлогі розмови. «Кур'єр Кривбасу» охоче посилається в судженнях на науковців та апелює до стабільного горизонту очікування підготовленого й вихованого на якісній літературі читача. Суттєвих змін в аудиторній орієнтації за 2005–2009 рр. не було помічено.

Пункт 3.3.3. «Випуск літературно-мистецького журналу як цілісність» присвячено аналізу набору сталих характеристик випуску видання.

Обґрунтовано, що формування специфічних рис літературно-мистецьких видань сучасної України в історичній перспективі пов'язується з розвитком «товстого» журналу, кожен випуск якого — формально-смілова цілісність, що характеризується специфічними ознаками: текстова багатокomпонентність, різнобарвність мовного вираження та свобода думок і позицій, які з'являються в межах одного комунікаційного простору з орієнтацією на програмність спілкування. Наголошено, що вихід «товстого» журналу з кризи розвитку, яка сьогодні є очевидною, вбачається в змінах настанов комунікації та в ширшому використанні потенціалу формату.

Формат випуску як цілого дає змогу скористатися дискретністю форми й плюралізмом позицій комунікаторів на користь широкого залучення різних точок зору та форм творчої реалізації. Таке ціле — вдала форма для поєднання новаторства й норми, оскільки впізнана структура, стале коло авторів, система орієнтирів у ньому співіснують з відкритістю до ситуативних впливів. Особливо серйозні перспективи в цьому аспекті має інтелектуальний журнал як різновид «товстого», тому що він не обмежується вузьким полем проблематики, охоче залучає до розмови різних партнерів. Можливості, що має цей формат, не тільки сприяють рівноправності спілкування та підвищенню компетентності комунікаторів, а ще й збереженню традицій і здобутків культури, де в центрі була книга.

Творчий (літературний) потенціал літературно-мистецького журналу як цілісності, що є специфічним утворенням — збіркою окремих матеріалів — теж досить значний. Для підтвердження цієї думки було проаналізовано дві збірки українських авторів (І. Бондаря-Терещенка «Текст 90-х: герої та персонажі» та Т. Прохаська «FM «Галичина»») як формально-сислового цілого, що типологічно близьке до випуску літературно-мистецького журналу. Збірка як книга матеріалів і збірка як випуск журналу — це простір для експериментування з новими можливостями вербальної творчості, пошук форм і способів висловлювання, а також репрезентація їх аудиторії й долучення її до нового читацького досвіду.

Наголошено, що зміни в діяльності літературно-мистецьких видань як типу «товстого» журналу тривають повільно, що засвідчила й діяльність досліджуваних часописів. Пов'язані вони, що характерно для «товстого» журналу, з появою нового редактора («Дніпро», «Сучасність»). Серед обраних для аналізу всеукраїнських літературно-мистецьких журналів деякі демонструють близькість до формату «товстого» журналу у варіанті літературного видання («Дзвін», «Київ», «Київська Русь», «Кур'єр Кривбасу»), інші ж відрізняються своєю комунікаційною діяльністю («ШО», «Книжник-review», «Сучасність»). Одні усвідомлюють соціокультурні зміни («Київська Русь», «ШО», «Книжник-review»), інші — працюють на реставрацію класичного формату «товстого» журналу («Київ», «Дзвін», «Вітчизна»). Перспективною видається орієнтація на таблоїдизацію, яка стала однією з найсуттєвіших змін ринку друкованих видань в останні десятиліття, що втілюється в роботі деяких літературно-мистецьких журналів («ШО», «Книжник-review»).

У четвертому розділі «Література в експлікації і рецепції літературно-мистецьких видань» контент десяти всеукраїнських літературно-мистецьких журналів досліджувався як джерело інформації про бачення та оцінювання можливостей і реалізацій мистецтва слова цим типом мас-медіа.

Періодика осмислює й фіксує розстановку сил усередині простору літератури, визначає потенціал і реалізацію окремих актантів, веде до його структурного та подієвого впорядкування. У *підрозділі 4.1. «Мас-медійне представлення поступу художньої літератури»* було описано серію

проведених у цьому контексті контент-аналітичних досліджень. Перше — мало на меті з'ясувати наповненість простору літератури та визначити способи репрезентації виробників літературної продукції на сторінках літературно-мистецької періодики. Друге — систематизувало відомості щодо форм презентації митців та рейтингу актантів простору літератури. Третє — зосереджувалося на вивченні критеріїв, за якими українські митці літератури формують уявлення про «своє» (або близьке чи дружнє) і «чуже» (або далеке чи вороже) оточення.

У пункті 4.1.1. «Література як упорядкований простір» констатовано, що рівень уваги до авторів суттєво різнить між собою літературно-мистецькі видання: «Книжник-review» (понад 30 %), «Кур'єр Кривбасу» (понад 20 %) — «Сучасність» (3 %), «Березіль» (3 %), «Київ» (4 %). Значна частина журналів («Дзвін», «Дніпро», «Вітчизна», «Київська Русь») зосереджує свою увагу на вітчизняній літературі на відміну від іншої («ШО», «Книжник-review», «Сучасність»), яка охоче розповідає про літераторів з-поза меж України.

До узагальнень щодо літератури тяжіють видання, що мають помітно низький рівень інформативності, але демонструють зацікавленість у осмисленні минулого літератури з одночасним обговоренням суспільного життя («Дніпро», «Київ», «Березіль»), натомість видання, які не схильні до узагальнень («Кур'єр Кривбасу», «ШО», «Дзвін»), мають значно вищі показники рівня інформативності. Така картина свідчить про тяжіння одних часописів до дискретного, а інших — континуального бачення життя літератури. На цьому фоні помітно вирізняється журнал «Книжник-review» (до 2009 р.), який за високого рівня інформативності схиляється також до узагальнень щодо літератури, зокрема сучасної, у варіанті оглядів.

Публікація нової літератури є пріоритетом діяльності «Березоля», «Дзвона», «Києва» та «Вітчизни», через що їх впевнено можна назвати нащадками «товстих» літературних журналів. До збалансованості трьох форм презентації авторів художньої літератури тяжіють «Київ» та «Дзвін», менше — «Вітчизна», «Київська Русь», «ШО»; інший підхід у цьому питанні мають «Книжник-review», «Кур'єр Кривбасу».

Рейтинг актантів простору літератури всеукраїнської літературно-мистецької періодики засвідчив, що часописи описують різні сегменти поля мистецтва слова, оскільки лише незначна група літературних «гравців» заявлена більшістю з них, в основному ж кожне видання зосереджується на своїй автурі. За січень — червень 2007 року лише 14 % авторів було презентовано в декількох виданнях. Створена літературно-мистецькими часописами панорама літературного життя — це сукупність відмінних картин літературного сьогодення. Література загалом (як літературний процес) чи у своїх локальних формах (літературний напрям, стиль, період, покоління тощо) значно менше цікавить літературно-мистецькі видання, ніж конкретні її виробники. Загальною тенденцією є також увага до літератури як соціокультурного простору, а не книги як продукції.

Самопрезентація митця («пряма мова») розкриває усвідомлювані ним

позиції в мистецькому контексті, що визначають взаємини у полі літератури. Про це йдеться в *пункті 4.1.2. «Література як спільнота митців»*. Деякі журнали охоче надають митцям слово з метою висловлення думок щодо відчуття ними власних позицій у культурі й мистецтві («Кур'єр Кривбасу», «ШО», «Дзвін», «Київ», «Київська Русь»), інші — менше в цьому зацікавлені («Книжник-review», «Сучасність», «Дніпро»). За способами, які обираються авторами для самопозиціонування, зближення (показник «своє») домінує над відштовхуванням (показник «чуже»): 61 % проти 39 %. Загальну тенденцію на утвердження «свого» оточення митці демонструють на сторінках «Книжника-review», «ШО», «Вітчизни» та «Київської Русі». У «Дніпрі» та «Кур'єрі Кривбасу» помітне бажання однаковою мірою зосереджуватися на «своєму» та «чужому» як способах самопозиціонування аж до ситуацій, коли усвідомлення неблизького навіть важливіше для осмислення свого власного місця.

Видання презентують різні картини щодо принципів формування контексту навколо діяча літератури: коли важливішим є суспільно-політичний, морально-світоглядний та / чи національно-територіальний критерій, то бачення літератури визначається контекстом соціокультурних процесів («Дніпро», «Дзвін», «Сучасність», «Вітчизна»); коли — творчо-естетичний критерій у поєднанні з морально-світоглядним чи національно-територіальним, то література бачиться як автономний соціокультурний простір, де діють свої закони («Книжник-review», «Кур'єр Кривбасу», «Київська Русь», «ШО»).

Аналіз засвідчив показову для мистецького простору тенденцію: осуд чи схвалення колег вартує найбільшої уваги і самих митців, і тих, хто ними цікавиться: частка висловлювань авторів літератури про інших митців домінує в кількісному співвідношенні над їхніми висловлюваннями про себе, літературу чи культуру («Книжник-review», «Кур'єр Кривбасу», «Київська Русь», «ШО», «Дзвін», «Київ»).

Вдаючися до самопрезентації, митці літератури тяжіють більшою мірою до пошуку умов творчої співпраці й підстав для порозуміння, ніж боротьби та конфронтації, а протистояння, якщо і має місце, то не відчувається як тяжкий прес. Виступи в пресі для актантів літератури — це значною мірою комунікативна дія, скерована на домовленість зі спільнотою читачів; натомість вона також експлікує, окрім принципів, користуючись якими митець осмислює оточення, оцінки роботи його колег, що є цінним джерелом інформації і для читачів, і для самих авторів, тому що це ставлення професіонала, яке завжди має високий статус у культурі.

У *пункті 4.1.3. «Функціональність мистецтва слова»* розкрито питання мети і призначення (соціальна влада) літератури в сучасному світі так, як їх репрезентовано літературно-мистецькою періодикою. Наголошено, що функції літератури слід осмислювати у двох напрямках: мистецтво — суспільство (пропозиції літератури щодо суспільства й читацької спільноти) й суспільство — мистецтво (запити, очікування, вимоги соціуму щодо

можливостей і призначення літератури).

Подвійний (чи потрійний) статус дописувача досліджуваних журналів (літератор — критик — науковець) веде до маргіналізації простору літератури, активізації його периферії, де є контакт з іншими сферами творчості (документалістикою, публіцистикою, мемуаристикою, науковою есеїстикою тощо), що можна інтерпретувати як свідчення розмивання функцій літератури, нівелювання її специфіки. До цього додається проблема ідентифікації здобутків літератури: оскільки статус деяких творів, як повідомлень, не так легко визначити (фактуальне / фікціональне), вони прочитуються і як документалістика, і як белетристика. Сам текст, що ґрунтується на фактах, за таких умов набуває фікціонального характеру, а описане в ньому не потребує соціальної реакції, тому що стає вигадкою, а вигаданий художній світ набуває статусу реальної дійсності, в яку можна зануритися. Ще один аспект цієї тенденції полягає в експансії мас-медійних комунікаційних технологій. Редукованість фактуальності й фікціональності як властивостей твору в умовах медіатизації культури веде до акцентування уваги на фактуальності та розвитку відповідних рецептивних настанов. Якщо фікціональні (художні) тексти починають прочитуватися в логіці фактуальних, то компетентність читача — соціальна інформованість. Перспектива розгортання читацького горизонту очікування як культурного досвіду й знання площинна, векторно скерована у сферу сучасної соціальної реальності.

Література сьогодні є не стільки способом формування картини світу, скільки фактором ескапізму, не стільки джерелом естетичного досвіду, скільки основою соціально-психологічного досвіду, не фактором самоідентифікації, а потенційною можливістю креативності.

Літературно-мистецька періодика, осмислюючи й репрезентуючи на своїх сторінках літературу, надає орієнтири суспільству щодо її усвідомлення та формування уявлень про цінність, вагомість мистецтва слова, способи його оцінювання. Ця характеристика є соціокультурною, адже єдиного набору критеріїв не існує, як немає обов'язкових і незаперечних оцінок. Літературно-мистецька періодика виробляє та транслює ставлення до мистецтва слова. Дослідженню цього кола питань присвячено **підрозділ 4.2. «Мас-медійне оцінювання здобутків мистецтва слова»**. Оцінювання мистецтва слова — це фактор легітимації певних явищ, джерело формування уявлень про них усередині цього простору та в соціокультурному контексті, а також орієнтир для формування смаку, моди тощо. Отримані показники дають можливість визначити норми й критерії оцінювання літератури, що їх надає цей медіасуб'єкт, а також зафіксовані факти оцінок свідчать про діапазон ціннісних характеристик літератури, що репрезентують спеціалізовані видання. У цьому контексті було проведено серію контент-аналітичних досліджень. Перше — мало на меті з'ясувати спектр ставлення до літератури, її митців, їхніх творів і визначити характер оцінок, а також способів оцінювання. Друге — було зосереджено на виявленні особливостей

формування оцінного іміджу митців літератури на сторінках літературно-мистецьких журналів через систематизацію відомостей щодо митців, про яких найбільш охоче писала періодика протягом досліджуваного періоду. Метою третього було виявлення особливостей формування оцінного іміджу творів літератури, для чого систематизувалися відомості про книги, до яких було прикуто більше уваги. Четверте дослідження було скеровано на аналіз змісту актуальної історії літератури та принципів актуалізації минулого мистецтва слова в умовах сучасності. П'яте — мало на меті з'ясувати, які твори, митці та тенденції (професійні стандарти, форми поведінки, мислення) просуються літературно-мистецькою періодикою як бажані, цікаві, такі, що мають запит у просторі літератури та у соціумі, і небажані, нецікаві.

У пункті 4.2.1. «Типологія оцінок літератури» зазначено, що у варіанті кожного видання вибудовується унікальне поєднання різних способів оцінювання митців і літератури. Загальна картина способів оцінювання митців засвідчує, що перевага надається психологічно-рецептивному (41 %) та творчо-естетичному (39 %) способам. Частка науково-професійного оцінювання (17 %) виявляє тяжіння частини літературно-мистецьких часописів до науковості, перетину з сегментом літературно-наукових видань («Книжник-review», «Дзвін», «Кур'єр Кривбасу», «Березіль»), а показники економічно-маркетингового оцінювання (3 %) вказують, що для цього типу періодики література ще не активно виступає як товар (до цього вдаються «Книжник-review», «Кур'єр Кривбасу» та рідше «ШО»). Усі чотири способи оцінювання використані лише у «Дзвоні», «Кур'єрі Кривбасу», «Березолі» та «Книжникові-review». Майже 100 % позитиву в оцінюванні митців демонструють «Сучасність», «Дніпро» та «Вітчизна». До різновекторності тяжіє «Кур'єр Кривбасу», «Київ», «Київська Русь» і «Книжник-review».

Загальна картина характеру оцінювання діяльності митців літератури протягом 2005–2009 рр. демонструє зростання показника психологічно-рецептивного й зниження науково-професійного та економічно-маркетингового оцінювання. Також спостерігається тенденція до стабільно високого показника позитивних оцінок і зменшення кількості негативних та амбівалентних реакцій. Це інтерпретовано як загальне зниження принциповості в оцінюванні літератури та рух до таблоїдизації літературно-мистецької періодики, рекреативності та спрощеного тлумачення мистецтва слова. «Старі» літературні видання демонструють навіть посилення творчо-естетичного оцінювання митців літератури, натомість «ШО» та «Книжник-review» (до 2009 р.) втілюють нові тенденції бачення літератури.

Показники моніторингу картини оцінювання творів у сучасній усеукраїнській літературно-мистецькій періодиці доводять думку про психологічність і технологічність як основні характеристики мистецтва слова в контексті сучасності. У динаміці за 2005–2009 рр. посилюється психологічно-рецептивне тлумачення творів, дещо спадають творчо-естетичне і науково-професійне. Ця тенденція збігається з динамікою оцінювання митців, що свідчить про сталість змін.

Репутація як межа читацького усвідомлення письменника чи твору досить часто стає засобом маніпулятивного впливу видання: престижність творчості наполегливо й заохочувально доводиться журналами «ШО», «Київська Русь» і «Книжник-review», канонізується як мало досяжна й тяжка праця «Дніпром», «Дзвоном», «Києвом» і «Сучасністю».

Література сучасності осмислюється через її зіставлення з літературою минулих часів. Це демонстрація норм і критеріїв оцінювання літератури, свідчення ставлення до літературної традиції, характеру її осмислення; індикатор зміни літературних поколінь, полеміки, способів вибудовування історії літератури. Дослідженню цього питання було присвячено *пункт 4.2.2. «Актуалізація історії»*. Для «Києва», «Дзвону», «Сучасності» та «Вітчизни» минуле — суттєвий аспект інформаційної політики. «ШО» не цікавиться історією, «Книжник-review» та «Київська Русь» майже не цікавляться. Інтерес до різних типів об'єктів історії залишається сталим протягом 2005–2009 рр. Перше місце посідають митці літератури, а найменше в історії помічаються літературні течії, школи та напрями. Помітним є зниження інтересу до суспільних подій і тенденцій, особливо в роботі журналів «Дзвін», «Дніпро» та «Березіль», хоч деякі видання демонструють зворотню динаміку («Кур'єр Кривбасу», «Київ», «Київська Русь»). Принципи актуалізації історії свідчать про відмінності у діяльності літературно-мистецьких журналів. Для одних («Кур'єр Кривбасу», «Сучасність», «Київська Русь») — важливо заповнення «пустих місць» історії, для інших («Книжник-review», «Сучасність») — транслювання традиції у сучасність, а для деякого («Дніпро», «Київ», «Дзвін») — вшанування пам'яті та вітання з нагоди пам'ятної дати. Поважні видання («Дзвін», «Дніпро», «Київ», «Сучасність») мають чіткі уявлення про розвиток літератури, хоч і досить схематичні. Окреслення образу минулого через втілення жорстких опозицій «колоніальний / постколоніальний», «унікальний / тривіальний» — шлях до міфологізації історії, де життя сучасної літератури розглядається у загальній перспективі минулого. Для інших видань («ШО», «Київська Русь», «Книжник-review») «вчора» літератури — привід і камертон осмислення її сьогодення. Таке усвідомлення минулого робить видання дзеркалом сучасних суспільних настроїв щодо літератури.

Культурні зразки — неоціненне джерело інформації про критерії оцінювання мистецтва літератури. Поняття «культурні індикатори», розроблене в комунікативістиці, дає можливість розкрити масштаби впливу ЗМК на перетворення культури в систему іміджів і символів, які створюють особливий «синтетичний світ» зі своїм часом і простором (Дж. Гербнер). Про це йшлося в *пункті 4.2.3. «Культурні орієнтири в рецепції літератури»*. Зацікавленість у погляді на мистецтво слова в контексті взірцевості мають ті видання, що шукають (і знаходять) їх у сучасності («Книжник-review», «ШО», «Кур'єр Кривбасу»). Ті ж, для кого зразковість пов'язується перш за все з минулим, менше говорять про культурні орієнтири («Дніпро», «Сучасність»). Уявлення про минуле як джерело культурних зразків — це шлях до

декларативності, консервативності й підтримування старої програми творчості, бачення сучасності як такого джерела — орієнтація на нові вияви мистецтва та нові способи їхнього оцінювання. Одні видання дають настанову на взірцевість конкретних явищ простору літератури («Дніпро», «Сучасність», «Дзвін»), інші — охоче звертають увагу читацької спільноти на показовість певних процесів, тенденцій руху мистецтва слова («Київська Русь», «Кур'єр Кривбасу», «Вітчизна», «Березіль»). Найчастіше культурними орієнтирами постають митці різних літературних епох. Проте Т. Шевченко та І. Франко значно випереджають за цим рейтингом наших сучасників, що можна тлумачити як підтвердження тенденції канонізації класики. Для одних видань минуле — джерело позитивних орієнтирів, а сучасність — більшою мірою негативних («Дзвін», «Київ», «Дніпро», «Березіль»), інші в сучасності знаходять досить орієнтирів зі знаком «+» («Книжник-review», «ШО», «Вітчизна», «Сучасність»). Одні видання («Дніпро», «Сучасність») більше говорять про запити й очікування щодо літератури (ідентифікація за зразком демонструється ззовні простору літератури), інші («Березіль», «Кур'єр Кривбасу», «ШО») — про пропозиції від неї. Є й ті, для кого однаково цінні обидві позиції: «Книжник-review», «Київська Русь», «Дзвін».

ВИСНОВКИ

Комплексне дослідження діяльності української літературно-мистецької журнальної періодики як медіасуб'єкта, що здійснює представлення та формування ціннісно-функціонального й комунікаційного статусу літератури в соціальнокомунікаційному просторі України початку ХХІ ст. як культурі тотальної інформаційності дало змогу дійти таких висновків.

1. Моніторинг журнальної періодики України засвідчив відсутність дискусії про літературу між окремими гравцями цього сегменту інформаційного простору. Незважаючи на суттєві розбіжності у баченні простору літератури, видання не зацікавлені в обстоюванні власної концептуальності й настановних дій. Серед видань не можна визначити однозначного лідера інформаційного ринку з огляду на продемонстрований рівень упливовості й відсутність внутрішньої конкуренції. Натомість нові формати, такі як «ШО», «Київська Русь» та «Книжник-review» (до 2009 р.) демонструють більше можливостей, ніж їхні «старші колеги», які долають перешкоди на шляху перевіреними методами та формами роботи з більшими чи меншими успіхами. Програмність комунікаційної діяльності та концептуалізація дійсності літературно-мистецькою періодикою переважно визначається світоглядними настановами редакцій. Це означає трансляцію послань, які для видання становлять царину переконань, власних уявлень про соціокультурні процеси, через що образ літератури на їхніх сторінках міфологізується, а також те, що встановлення пріоритетів не є програмою інформаційної діяльності, яка свідомо обирається й послідовно, професійно втілюється. Маніпулятивні ефекти виникають як заангажованість самої позиції, а не результат розробленої стратегії діяльності.

2. Насиченість інформацією сучасних усеукраїнських літературно-мистецьких журнальних видань неоднакова й коливається від прагнення репрезентувати картину поточного літературно-мистецького життя до бажання зосередитися винятково на окремих його складових. Діапазон тематики складають література, мистецтво й суспільне життя, які співвідносяться у різних пропорціях у кожному з часописів, чим створюють різні контексти для представлення головного предмета уваги — літератури. При очевидному домінуванні уваги до сучасності, загальних тенденцій щодо сприйняття минулого дві: минуле нагадує про себе окремими виявами в сьогоденні; минуле є джерелом досвіду сучасної літератури. Картина інформаційної наповненості всеукраїнських літературно-мистецьких журналів строката, вона свідчить про різні підходи редакцій до питань кількості інформації, що повідомляється, та її контекстуалізації, чим витворюється осередок ЗМК, де в одному сегменті мас-медійного поля співіснують без прямої інформаційної конкуренції різні медіасуб'єкти.

3. Аудиторія літератури й літературно-мистецької періодики нечисленна й стабільна роками, тому що підготовлена до розлогої, тривалої, компетентної розмови, зацікавлена в осмисленні оцінок і коментарів щодо актуальної літературної продукції. Проаналізовані видання прагнуть привернути увагу своїх читачів і утримувати її в обмеженому й «обжитому» кожним із них контексті. Українська літературно-мистецька періодика не так має на меті змінювати читацькі інтенції, як їх підтримувати та розвивати, орієнтуючись на усталену систему очікувань. Якщо для сучасної культури споживання, як стверджують маркетологи, важливою є стратегія уважного ставлення до реципієнта та адресне звертання до нього, то у сфері мас-медіа вона реалізується як принцип персоніфікації та індивідуалізації інформаційного контакту. Але для сучасного українського ринку періодики про літературу — це лише перспектива. Натомість, якщо з розмаїття мотивів звернення до літературно-мистецького часопису близьким читачеві є орієнтаційний, вироблення чи зміцнення позицій, престижу, утилітарний чи рекреативний, культурного розвитку чи пізнавальний, слід шукати свій журнал серед десяти досліджуваних. Вони пропонують варіанти задоволення таких мотивів.

4. Аналіз української літературно-мистецької періодики дав підстави для визначення основних ліній протистояння, напруги, що є в просторі сучасної української літератури, як його бачить спеціалізована періодика: конкуренція в літературі поколінь 20-літніх і 40-літніх, конфронтація між «підрадянською» і «пострадянською» літературними спільнотами як опонентами догматичного й демократичного підходу до літературної діяльності, структурування за традиційними інституціями (письменницькі спілки) і новітніми формами об'єднання (літературні групи). Найпомітнішим є тяжіння до територіального принципу організації літературного поля (харківський, франківський, львівський, одеський та інші осередки), що доповнюється формуванням публічного простору літературного життя, тусовки. Загалом, внутрішня розділеність літературної спільноти сьогодні не така очевидна через

згладженість поляризації загальною демократичністю і конформізмом сучасності. Натомість регіоналізація як форма організації простору літератури є досить помітною і підтримується літературно-мистецькими виданнями, зокрема «Київською Руссю», «Березолем» і «Кур'єром Кривбасу».

5. Література презентується як джерело психологічного досвіду та конструкт, що демонструє можливості майстерного письма, оскільки перевага надається психологічно-рецептивному способу оцінювання, дещо менша — творчо-естетичному. З літературою сьогодні пов'язуються різні очікування і висувуються щодо неї різні запити, однак цінується вона переважно за враження, які здатна надати, та технологічність, і лише подекуди — як джерело формування світогляду чи естетичної насолоди. Частка науково-професійного оцінювання визначає тяжіння частини літературно-мистецьких часописів до науковості, перетину з сегментом літературно-наукових видань, а низькі показники економічно-маркетингового оцінювання свідчать, що в сегменті літературно-мистецької періодики за літературою як виробленою продукцією систематично не слідкують.

6. Усеукраїнські літературно-мистецькі часописи презентують митців літератури різними способами, серед яких домінує коментування як загальна тенденція цього типу видань, проте всі видання охоче (хоч і неоднаковою мірою) використовують «синхрон» (пряму мову) літераторів, а також зосереджують свої зусилля на ознайомленні цільової аудиторії з сучасними митцями через публікацію їхніх нових творів. Збалансованість трьох форм презентації авторів художньої літератури (рівна представленість) демонструють поважні й солідні за віком часописи, нові формати уявляють свою роботу як більшу зосередженість на коментарях і прямій мові митців, ніж на публікаціях їхніх творів, що можна тлумачити як цілком виправдану стратегію з огляду на забезпечуваний сучасною культурою тотальної інформаційності широкий і швидкий доступ до літературних джерел за наявності проблеми орієнтації у вирі літпродукції. Усеукраїнські літературно-мистецькі журнали зосереджують свою увагу на вітчизняному літературному просторі, іноземні автори потрапляють у поле їхнього зацікавлення значно менше, а також презентуються менш різноманітно, зокрема, пряма мова як форма подачі актуальна лише для двох, порівняно молодих (за часом виникнення) українських часописів, що можна розцінювати як вияв тенденцій сучасної культури до формування загальносвітового соціокультурного контексту (процеси глобалізації, мультикультуралізму, космополітизму тощо).

7. Загальну картину індексу нейтральності в оцінюванні митців літератури можна тлумачити як налаштованість літературно-мистецької періодики на осі «толерантність — агресія» на толерантність (згладжування чи уникнення категоричності, готовність прийняти й зрозуміти) з демонстрацією амбівалентних оцінок та незначного негативу в осмисленні окремих виявів діяльності митців літератури. Негатив та амбівалентне ставлення зазвичай характерні для оцінювання сучасного (молодого і наймолодшого)

літературного покоління, а також у ситуаціях оцінювання «повернених» авторів чи класиків, які набули канонізованих рис. Тоді зустрічаються і звинувачення, і нищення статусу, і категоричність, і агресія. Загальною є тенденція до зниження принциповості в оцінюванні літератури та рух до таблоїдизації літературно-мистецької періодики, до рекреативності та спрощеного тлумачення мистецтва слова. «Старі» літературні видання демонструють навіть посилення творчо-естетичного оцінювання митців літератури, натомість «свіжі» — втілюють нові тенденції бачення літератури.

8. Нівелювання критеріїв визначення й оцінювання соціокультурних явищ у виданнях про літературу — свідчення розбалансованості, дезорієнтованості суспільної свідомості. Загальною є тенденція створення образу минулого чи зразка через утілення жорстких опозицій, а це шлях до міфологізації літературного простору, декларативності, консервативності й підтримування старої програми творчості, де життя сучасної літератури розглядається у загальній перспективі минулого, та уявлення про «вчора» мистецтва слова, його зразки як камертон осмислення літературного сьогодення, орієнтація на нові вияви творчості та нові способи її оцінювання. Натомість простежується поступальна зміна парадигми сприйняття мистецтва вбік ігнорування його найвищих здобутків як недосяжних або їхнього дистанціювання від сучасності чи вульгаризація. Стратегія виховання аудиторії — смак більшості (middle-class як читацька спільнота), якій сьогодні потрібна якісна література і при цьому читабельна, що актуалізує виникнення й просування нового специфічного типу художньої продукції, яку можна визначити як «горизонталізована література».

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографія

Іванова О. А. Сад літератури в журнальній оптиці сучасності : Медіакомунікації з, для і про літературу / Олена Іванова. — Одеса : Астропринт, 2009. — 368 с.

Рец: Зелінська Н. В. Іванова О. Сад літератури в журнальній оптиці сучасності : Медіакомунікації з, для і про літературу : монографія / Олена Іванова. — Одеса : Астропринт, 2009. — 368 с. / Надія Зелінська // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. ; [за заг. ред. О. В. Александрова]. — Одеса : Астропринт, 2010. — Вип. 10. — С. 216–218.

Кондратенко Н. В. Рецензія на монографію О. А. Іванової «Сад літератури в журнальній оптиці сучасності : Медіакомунікації з, для і про літературу» (Одеса: Астропринт, 2009) / Наталя Кондратенко // Уч. зап. Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадского. Серия Филология. Социальные коммуникации ; [ред. раздела «Социальные коммуникации» Г. Ю. Богданович ; ред. раздела «Филология» В. П. Казарин]. — Симферополь : Изд-во Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадского, 2010. — Т. 23 (62). — № 2. — Ч. 2 — С. 670–671.

Наукові статті у фахових виданнях

Іванова Е. А. Коммуникативный статус текста в дискурсе — художественном, виртуальном, сакральном / Е. А. Иванова // Вісник

Харківського національного університету. Серія Філологія ; [Філологічні аспекти дослідження дискурсу] ; [відп. ред. Ю. М. Безхутрий]. — Х. : Вид. дім ХНУ, 2001. — № 520. — Вип. 33. — С. 22–27.

Іванова О. А. Вісім з половиною хвилин сучасного постмодернізму про постмодерну сучасність / О. А. Іванова // Історико-літературний журнал ; [відп. ред. Н. М. Шляхова]. — Одеса : Вид-во ОНУ імені І. І. Мечникова, 2002. — № 7. — С. 109–117.

Іванова О. А. Історія рецепції однієї наративності, або Чому детективна компонента художнього мислення Б. Акуніна — топологія шляху, що пролягає між Сцилою та Харибдою / О. А. Іванова // Історико-літературний журнал ; [відп. ред. Н. М. Шляхова]. — Одеса : Вид-во ОНУ імені І. І. Мечникова, 2002. — № 8. — С. 198–211.

Іванова Е. А. Современный толстый интеллектуальный журнал как коммуникативное событие / Е. А. Иванова // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. ; [за заг. ред. О. В. Александрова]. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2004. — Вип. 1. — С. 22–35.

Іванова Е. А. Сборник критических статей как экспликация текстовых стратегий современной критики, или Эклектизм как смысло- и формогенерирующий фактор / Е. А. Иванова // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. ; [за заг. ред. О. В. Александрова]. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2005. — Вип. 2. — С. 36–51.

Іванова О. А. Що ІБТ, що Прохасько: публіцистичний текст як модель комунікативної ситуації / О. А. Іванова // Нова філологія : зб. наук. пр. ; [гол. ред. В. М. Манакін]. — Запоріжжя : Вид-во ЗНУ, 2005. — № 3 (23). — С. 134–149.

Іванова О. А. Горизонт очікуваного досвіду інсценізації сучасної української драматургії / О. А. Іванова // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. ; [за заг. ред. О. В. Александрова]. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2006. — Вип. 4. — С. 175–187.

Іванова О. А. Літературна творчість як поле нових комунікативних зусиль у контексті соціології літератури / О. А. Іванова // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. ; [за заг. ред. О. В. Александрова]. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2006. — Вип. 5. — С. 93–106.

Іванова Е. А. Информационная культура как архиватор памяти о природе вербального произведения / Е. А. Иванова // Літературознавчий збірник ; [відп. ред. М. М. Гіршман]. — Донецьк : Вид-во ДонНУ, 2007. — Вип. 31–32. — С. 11–23.

Іванова О. А. Сьогодні у світі: глобальність, мережність, постмодерність, медіатизованість... / О. А. Іванова // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. ; [за заг. ред. О. В. Александрова]. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2007. — Вип. 6. — С. 101–111.

Іванова О. А. Літературний твір: між літературознавством і масовими комунікаціями / О. А. Іванова // Вісник Одеського національного університету. Серія Філологія. Літературознавство ; [наук. ред.

Н. М. Шляхова, Є. М. Черноіваненко]. — Одеса : Вид-во ОНУ імені І. І. Мечникова, 2008. — Т. 13. — Вип. 7. — С. 64–70.

Иванова Е. А. О количественных и качественных данных и статистических методах применительно к художественной литературе: подсчитывая потери и приобретения / Е. А. Иванова // Наукові записки Луганського національного університету. Серія Філологічні науки : зб. наук. пр. ; [Пред'явлення світу в гуманітарних дискурсах ХХІ століття] ; [гол. ред. Л. М. Синельникова] / Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. — Луганськ : «Альма-матер», 2008. — Вип. 7. — Т. 3. — С. 165–173.

Иванова О. А. Преса про літературу: номінація, дефініція, методологія / О. А. Иванова // Наукові записки Інституту журналістики : зб. наук. пр. ; [гол. ред. В. В. Різун]. — К. : Вид-во Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка, 2008. — Т. 33. — С. 29–33.

Иванова О. А. Статус літературного твору в новітніх історико-культурних обставинах, або Як нам аналізувати наш досвід літератури / О. А. Иванова // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. ; [за заг. ред. О. В. Александрова]. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2008. — Вип. 7. — С. 150–159.

Иванова О. А. Стратегії формування і трансформування досвіду читання у версіях українських журналів про літературу — «Київська Русь», «ШО» / О. А. Иванова // Уч. зап. Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадского. Серия Филология. Социальные коммуникации ; [гл. ред. сериї В. П. Казарин ; ред. вып. Г. Ю. Богданович]. — Симферополь : Изд-во Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадского, 2008. — Т. 21 (60). — № 1. — С. 285–293.

Иванова О. А. Картина інформаційної наповненості сучасної всеукраїнської літературно-мистецької журнальної періодики / О. А. Иванова // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. ; [за заг. ред. О. В. Александрова]. — Одеса : Астропринт, 2009. — Вип. 9. — С. 62–72.

Иванова О. А. Мас-медіа і простір мистецтва слова: комунікації з, для і про літературу / О. А. Иванова // Уч. зап. Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадского. Серия Филология. Социальные коммуникации ; [ред. сериї В. П. Казарин ; ред. сериї Г. Ю. Богданович]. — Симферополь : Изд-во Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадского, 2009. — Т. 22 (61). — № 4. — Ч. 1. — С. 258–264.

Иванова О. А. Медіапозиціонування сучасної української літератури, або Ідентифікація мистецтва слова за мистецької пресою / О. А. Иванова // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. ; [за заг. ред. О. В. Александрова]. — Одеса : Астропринт, 2009. — Вип. 8. — С. 6–15.

Иванова О. А. Мас-медійне представлення поступу художньої літератури / О. А. Иванова // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. ; [за заг. ред. О. В. Александрова]. — Одеса : Астропринт, 2010. — Вип. 10. — С. 6–14.

Иванова О. А. Наміри видання як комунікатора: орієнтири для програмності і встановлення пріоритетів літературно-мистецької періодики сучасної України / О. А. Иванова // Історико-літературний журнал ; [відп. ред.

Н. П. Малютіна]. — Одеса : Вид-во ОНУ імені І. І. Мечникова, 2010. — № 17. — С. 123–133.

Іванова О. А. Самопрезентація митця літератури через ЗМК / О. А. Іванова // Уч. зап. Таврич. нац. ун-та імени В. І. Вернадського. Серія Филологія. Соціальні комунікації ; [ред. розділа «Соціальні комунікації» Г. Ю. Богданович ; ред. розділа «Филологія» В. П. Казарин]. — Симферополь : Изд-во Таврич. нац. ун-та імени В. І. Вернадського, 2010. — Т. 23 (62). — № 2. — Ч. 2 — С. 392–398.

АНОТАЦІЯ

Іванова О. А. Літературно-мистецька періодика в соціальнокомунікаційному просторі України початку ХХІ століття. — Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.01 — теорія та історія соціальних комунікацій. — Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. — Київ, 2010.

Дисертація присвячена комплексному дослідженню ціннісно-функціонального статусу літератури в соціальнокомунікаційному просторі початку ХХІ ст., як його бачить та просуває українська літературно-мистецька журнальна періодика, що є суб'єктом представлення та формування цього статусу. Побудовано концептуальну модель літературно-мистецького журнального видання, описано комунікаційний потенціал цього медіасуб'єкта та здійснено комплексний, системний і узагальнювальний кількісно-якісний моніторинг сучасної української літературно-мистецької журнальної періодики, досліджено її контент, комунікативні наміри, аудиторну орієнтацію, потенціал формату. Здійснено діагностику й прогнозування діяльності українських часописів про літературу в умовах сучасності як культури тотальної інформаційності.

Ключові слова: мас-медіа, формат, медіасуб'єкт, соціальні комунікації, моніторинг мас-медіа, комунікативні наміри, аудиторна орієнтація, літературно-мистецька періодика, культура тотальної інформаційності.

АННОТАЦИЯ

Иванова Е. А. Литературно-художественная периодика в социальнокоммуникативном пространстве Украины начала ХХІ века. — Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени доктора наук по специальности 27.00.01 — теория и история социальных коммуникаций. — Институт журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. — Киев, 2010.

Диссертация посвящена исследованию социальных коммуникаций, в которых реализуется искусство слова сегодня и которые являются источником осмысления ценности и значимости художественной литературы

в конкретных историко-культурных условиях, а также фактором осмысления новых свойств культурной реальности в аспекте ее коммуникативного потенциала.

В научный оборот введена категория «культура тотальной информативности» для обозначения современности как этапа становления нового типа общества, описаны ее коммуникативные особенности, проявленные на уровне организации информационного и масс-медийного пространств, установлены коммуникативные факторы, систематизированы и описаны формы и тенденции креативной и рецептивной реализации художественной литературы в контексте современности.

Комплексно исследован ценностно-функциональный статус литературы в социальнокоммуникативном пространстве начала XXI в., как его видит и продвигает украинская литературно-художественная журнальная периодика, являющаяся субъектом презентации и формирования этого статуса. Также сформирована и описана концептуальная модель литературно-художественного журнального издания, изучен коммуникативный потенциал этого медиасубъекта; осуществлен комплексный, системный и обобщающий количественно-качественный мониторинг современной украинской литературно-художественной журнальной периодики, исследован ее контент, коммуникативные намерения, аудиторная ориентация и потенциал формата; осуществлена диагностика и прогнозирование деятельности украинских журналов о литературе в условиях современности как культуры тотальной информативности; дана интерпретация программности и коммуникативных установок современных украинских журналов, отслеживающих жизнь литературы.

Исследование развития современной информационной культуры и социальных коммуникаций относительно литературы дало возможность определить, что литературно-художественная журнальная периодика, выступая коммуникатором, способствует размыванию границ между литературой как социокультурным пространством и другими участками социальной реальности, нивелируя автономность этого поля, а с ней — собственный авторитет и весомость, а также и «символический капитал» искусства слова. Констатировано, что в социальных коммуникациях относительно литературы больше заинтересовано сообщество писателей, активно использующее периодику как канал коммуникации с читателями, для которых журнал выступает не столько источником широкого ознакомления с литературой как социокультурным пространством, сколько фактором сетевой идентификации сообщества единомышленников или ценителей определенного вида литературной продукции, разнообразие которой при этом существенно поляризует, дезориентирует как креативную, так и рецептивную деятельность. Литературно-художественная периодика демонстрирует неэффективность коммуникации между производителями и потребителями искусства слова, гармонизация же отношений литературы и ее публики достигается через запросы и предложения, описанные в работе как движение

к «горизонтализации» (семантическому упрощению, технологизации) литературы на уровне и письма, и чтения.

Ключевые слова: масс-медиа, формат, медиасубъект, социальные коммуникации, мониторинг масс-медиа, коммуникативные намерения, аудиторная ориентация, литературно-художественная периодика, культура тотальной информативности.

ANNOTATION

Ivanova O. A. Literary-artistic magazines in social communication field of Ukraine at the beginning of the XXI century. — Manuscript.

Dissertation for the Doctoral Degree in Social Communication Studies in speciality 27.00.01 — Theory and History of Social Communications. — The Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv. — Kyiv, 2010.

The dissertation describes a complex study on values of functional status of literature in the field of social communication at the beginning of the XXI century as it is portrayed and set forth by Ukrainian literary-artistic magazines, that is the subject of presentation and formation of the status. The conceptual model of a literary-artistic magazine is formulated; the communication potential of this mediasubject has been described; complex, systematic and generalized quantitative and qualitative monitoring of modern Ukrainian literary-artistic magazines has been fulfilled, its content, communication intentions, audience orientation and potential of format have been investigated. Diagnosis and prognosis of the activity of Ukrainian literary-artistic magazines in the present condition, as the culture of total information, have been done.

Key words: mass media, format, mediasubject, social communication, monitoring of mass media, communication intentions, audience orientation, literary-artistic magazines, culture of total information.