

Олена Іванова

ЛІТЕРАТУРНА ТВОРЧИСТЬ ЯК ПОЛЕ НОВИХ КОМУНІКАТИВНИХ ЗУСИЛЬ У КОНТЕКСТІ СОЦІОЛОГІЇ ЛІТЕРАТУРИ*

Література як соціальний інститут являє собою композицію стійких взаємин діячів літературного процесу (авторів, видавців, ЗМІ, критиків, читачів, літературознавців, ін.). Як простір та суб'єкт суспільних процесів література змінюється разом із соціумом. Ось лише одна з доволі розповсюджених сьогодні думок: «В ситуации начала XXI века логика литературного развития подменилась логикой рынка. В конце концов текст тоже может (или даже должен?) быть товаром... Ужасно другое: рыночные отношения, вытеснив собственно литературные, вытеснили и настоящую литературу. Сфабрикован новый тип писателя-производственника и новый тип читателя – потребителя этой продукции. Читатель же, взыскующий прежней литературы, теперь на периферии, на задворках. Изменились сами функции литературы: она стала формой досуга, делом сугубо частным и вполне факультативным» [3, 35].

Найбільш очевидною, розгорнутою та переконливою соціальною теорією сучасності є теорія постіндустріального суспільства. Наукові концепції, що мають таке спрямування, торкаються перш за все сфери економіки (виробництва, послуг), політики, а також – як наслідку – соціальної структури суспільства, що трансформується. Ще однією важливою ознакою сучасності є розвиток інформаційних технологій. Зростання значення виробництва та використання інформації трактується як перетворення її на основний ресурс розвитку суспільства, у зв'язку з чим характер діяльності здобуває ознаки обробки інформації, а технології

* У цій статті науковий апарат друкується в авторській редакції, а не за вимогами редакційної колегії.

стають інформаційномісткими. В аспекті розвитку комунікативних технологій про сучасне суспільство частіше говориться як про **суспільство інформаційне**. До активного початку його формування в кінці ХХ ст. призвела так звана «комунікативна революція», що була викликана створенням технічних засобів телекомунікації нового покоління, розвитком Інтернету, де віртуальні мережні структури формують новий тип суспільства і нову культурну реальність. Цей «мережний соціальний космос» пронизує всі сфери життя суспільства, трансформує їх логіку, а також створює та розповсюджує медіа-каналами нову картину світу.

Про усвідомлення ролі інформації та інформаційних технологій у культурі сучасності свідчить стрімкий розвиток комунікативістики, – науки про комунікабельні фактори в розвитку різноманітних наскладних соціально-культурних явищ в умовах швидких темпів розгортання комунікативної революції.

Сучасна гуманітарна наука вже активно використовує категорію «**медіакультура**» як принципове поняття культурологічної теорії, введене для позначення особливого компонента та рівня культури інформаційного суспільства, що стає посередником між суспільством і державою, соціумом і владою: «Медіакультура включає в себе культуру передачі інформації і культуру її восприяття; она может выступать и системой уровней развития личности, способной читать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания посредством медиа и т.д.» [7, 8].

Розвиток комунікативних технологій змінює сучасну культуру і в аспекті масмедійному: розширюється сфера медіа, їх кількість та вплив на культуру. На думку М. Мак-Луена, ми живемо в світі медіа, в ситуації «інформаційного вибуху». Інформаційна епоха – це захоплення влади масмедіа. Проявлення перетворюючої функції ЗМІ, що в процесі збирання, обробки та передачі інформації про факти дійсності можуть їх видозмінювати або спотворювати, визначається як процес **медіатизації культури**. Інтенсивність його така, що реалізується як на рівні особистісно-локальному, так і глобальному. В результаті цього народжується «медіатизована масова культура» та її носії – споживачі продукції інформеймента [8, 206-207].

М. Кастельс, автор концепції виникнення «суспільства мережних структур», стверджує, що на зміну стратифікованій соціальній структурі

приходить нова, побудована за принципом комп'ютерних мереж. Джерелом влади тут є приналежність до тієї чи іншої мережі. Така соціальна структура долає відстані, вона динамічна, відкрита, збалансована та орієнтована на зміну способів використання інформації. В такому типі суспільства протиставляється мережна система та особистість, а професійна та життєва реалізація для особистості, що не інтегрована в глобальні інформаційні потоки, – проблематична: «Інтернет-галактика є новим комунікаційним середовищем. Оскільки комунікація є суттю людської діяльності, все проникне використання Інтернету видозмінює всі сфери соціального життя. Як і з попередніми випадками структурної зміни, ця трансформація пропонує стільки ж можливостей, скільки і створює проблем» [6, 275]. «Мережний індивідуалізм» як особливий шлях просування в мережному просторі, за М. Кастельсом, відкриває нові, величезні, комунікативні можливості індивіда. Будуватиме він на довірі до мобілізації та координації знань і інформації: індивідуальний погляд на світ обмежений та несамостійний, тому поступається колективному, дискретному, – через вихід в інформаційну мережу. Це спосіб отримати владу в сфері соціального життя і свідомості: «Безумовно, Інтернет – технологія свободи, – але він може дати тим, хто має владу, свободу утискувати непоінформованих, він може спричинити виключення тих, хто втратив цінності, тими, хто їх здобув» [6, 275]. Сучасна культура як така, що орієнтована на комунікативну революцію, прагне реалізувати себе в медіапросторі комунікативних мереж.

Згідно з позиціями ще одного теоретика постіндустріального суспільства О. Тофлера, в новому часі ставлення до інформації та інформаційної техніки змінюється в тому значенні, що з товару вона перетворюється на стимул для творчості та забезпечує розвиток нових ментальних моделей реальності.

Значна частина науковців зростання можливостей самовизначення та самовираження в умовах нової культури через звільнення від усіх попередніх локальних обмежень і відкриття практично цілого світу, – світу фактів, явищ, процесів та інформації, – співвідносять із розгортанням процесу узалежнення від глобального інформаційного простору та його технологій. «Ми „вбудовані“ у дедалі більш всеохопну й швидкодіяну комунікативну мережу, ми масою все меншу можливість впливати на обсяг циркулюючої в ній інформації чи на темп її швидкодії, не говорячи вже про

те, щоб їх контролювати. Щонайменш контрольованим з боку суб'єкта світовідношення стає і зміст його уявлень про світ. Реальні події, отримуючи таку публічність, втрачають свій початковий зміст» [11, 373].

Негативність впливу нових культурних тенденцій вбачається в нерегульованому зростанні обсягів інформації, помилок у розвитковій технології збирання, збереження та трансляції інформації, що веде до ускладнення пошуку істини і посиленню непорозуміння між людьми та спотворенню розуміння того, що відбувається в світі та в свідомості. Тому життя в нових культурних реаліях потребує від людини нових зусиль: «Если люди научились видеть и слышать на расстоянии десятков и сотен тысяч километров, используя технические средства, то теперь они стоят перед необходимостью научиться понимать друг друга уже не с полуслова, а с полувзгляда и полумысли, используя информационно-мыслительные и зрительные средства, но не прибегая к речевой энергии, количественные затраты которой, как установлено, в конечном итоге обратно пропорциональны прожитым годам» [4, 39].

Тож слід визнати, що в нових умовах ускладнюються наші соціальні зв'язки та моделі постсучасної ідентичності, що примушує звернутися до розуміння ролі інформації та інформаційних технологій, інформаційного простору та медіа, оскільки це суттєво змінює і саму культуру і людину в ній.

Сьогоднішній учасник комунікативного процесу перебуває у специфічних умовах комунікації, як і, власне, саме повідомлення, що породжується за таких обставин. Нові умови існування тексту, нові умови існування людини, нові комунікативні механізми культури як мовленнєвої практики потребують нового усвідомлення. З таких позицій текст цікавий як демонстрація комунікативних стосунків, які він несе, пропонує, вписує у свідомість сучасної людини. Це демонстрація **нових зусиль і нових надбань в комунікації**.

Інформаційна культура має багато інструментів соціального впливу. Вона формує і транслює через медіаканали нову ідеологію, – правила комунікативної поведінки формуються тими, хто має медіавладу. Використання комунікативних технологій – це частина суспільних відносин і процесів. Воно заздалегідь визначається і усвідомлюється як механізм комунікативного впливу медіакультури на рівні свідомому, підсвідомому, індивідуальному чи колективному, а також формується стихійно, спонтанно

у вільному і неструктурованому інформаційному мережному комунікативному просторі.

М. Мак-Луен, теоретик інформаційного суспільства, виносить вирок друкованій культурі та охоче оспівує нові можливості, що їх несе культурі і комунікації електронна епоха. На думку вченого, людина суттєво зміниться в нових обставинах існування, тож слід говорити про появу нової антропологічної природи людини і становлення на цій основі нового типу культури – через нові носії інформації та задіявання більшого спектру сенсорних можливостей людини: «Новая электрическая галактика событий уже глубоко волинилась в галактику Гутенберга. Даже без прямого столкновения опыт такого сосуществования технологий и форм сознания травматичен для любого человека. Наши самые привычные общепринятые установки неожиданно словно превращаются в горюльки и гротеск. Знакомые институты и общественные формы становятся грозными и зловещими» [10, 406]. Свідомості повертається міфологічна образність через входження в глобальну комунікативну мережу. Ми знову входимо в лоно колективності, уніфікованості та причетності до єдиного цілого світу, який був індивідуалізований, віддалений та розбитий на фрагменти культурою, орієнтованою на друковане слово. Електронна комунікація відтворює общину, тобто таку форму соціальної взаємодії, за якої має місце інтеграція знань окремих наук, злиття думки та почуття, реальності та свідомості, де виникає довіра до загального, спільного, а не індивідуального, уособленого.

Поява електронних засобів комунікації суттєво змінює не тільки обсяг інформації, що використовується та народжується в комунікації, але й способи оперування інформацією – накопичення, виведення, оцінювання: «Наиболее богатым следствием изменением является изобретение и развитие электронных машин переработки информации», читаємо у Н. Лумана, – одного з провідних теоретиків медіа комунікацій [9, 137]. В електронному комунікативному просторі «селекція здійснюється не в ході комунікації, но для комунікації» [9, 141]. Той, що говорить, відбирає теми, способи, час та тривалість передачі інформації, виходячи з власних уявлень про їх доцільність, отримувач інформації піддає селекції самого себе в значенні з'ясування того, що йому було б доречним почути. Робота з інформацією за таких умов обмежується лише тематично, а не іншими чинниками, оскільки електронні засоби комунікації зводять

нанівець просторові та часові обмеження комунікації, – як наслідок «ети изобретения приводят к тому, что коммуницируемый становится весь мир. Место феноменологии бытия занимает феноменология коммуникации. Мир видится таким, как его подает образная коммуникация» [9, 140].

В умовах глобальної інформаційної електронної культури суттєвим, на думку Н. Лумана, є те, що опосередкована комп'ютером інформація уможливає настільки не пов'язані один з одним процеси введення даних та їх вилучення з мережі, що про збереження якоїсь ідентичності мовців, учасників комунікації, говорити не можна. «В контексте коммуникации это значит, что единство сообщения и понимания сходит на нет. Осуществляющий ввод данных не знает, что из них будет востребовано на другой стороне (а если бы он знал это, ему не потребовался бы компьютер). Некоторое время данные „перерабатываются“. Что касается получателя, то он столь же мало должен знать о том, предполагалось ли что-то для сообщения ему и что именно. Это значит: авторитет источника со всеми необходимыми для его поддержания социально-структурными гарантиями (происхождение, репутация) становится необязательным, даже аннулируется техникой и заменяется неизвестностью источника. Равно утрачивается возможность опознавать намерение, стоящее за сообщением, для укрепления подозрения или совершения различных умозаключений, которые могли бы привести к принятию или отклонению коммуникации» [9, 142]. Крім того, має місце постійна зміна ролей – того, хто говорить, і того, хто слухає.

Як знання потрапляє в комп'ютер, прослідкувати неможливо, як не можна й надати цьому знанню авторитетності. Довіра до таких комунікацій – це довіра до самої системи електронної комунікації. Вона, до речі, формується дуже повільно і потребує від комунікантів значних зусиль. Адже слід визначити, наскільки є підстави довіряти повідомленню. Таку поведінку Н. Луман називає новим способом комунікації чи «спостереженням за спостереженнями», коли реципієнт визначається з тим, чому приписати те, що спостерігається ним, – тому, що подається в повідомленні, чи тій свідомості, яка спостерігала, вибрала, фальсифікувала, продумала і надіслала у вигляді повідомлення.

В умовах друкованої культури має місце зміщення акценту з комунікації як такої на інформацію. Процес комунікації тут має редуковану форму, –

опосередковується текстом. За таких умов повідомлення і сприймання розведені у часі і мають це враховувати, – саме тому такі високі вимоги висуваються до тексту в друкованій культурі, адже розуміння звільняється від інтерактивної форми і може бути відкладене, тож у текст мають бути введені механізми, що працюють та інтерпретацію тексту. «Эффект письменности заключается в пространственном и временном расщеплении сообщения и понимания и в мощном всплеске возможностей подсоединения, вызываемом этим расщеплением» [9, 90]. Але саме через відсутність інтерактивної співучасті в комунікативному процесі «тут і зараз» (відкладене спілкування), як це має місце в усній комунікації, ефект друкованої культури – «повышает степени неопределенности в понимании полагаемого смысла, что является верным не только в отношении читателя, но и прежде всего в отношении возможности предвосхищения понимания текста самим автором» [9, 93]. Автор та читач друкованої культури мають бути досить компетентними мовцями, щоб зрозуміти один одного.

Н. Луман також наголошує, що вимисел як можливість повідомляти те, що є чистою нереалізованою можливістю, виникла лише в друкованій культурі. Тож може так трапитись, що з часом розвитку електронної культури зникне потреба в фікціональних текстах.

Літературний твір як естетичний феномен розуміється як феномен, що розвивається на власних засадах. На цьому й будується його аналіз, що вивчає механізми та закони існування мистецтва слова в культурі, соціальному та естетичному просторі (М. Бахтін, О. Потебня, Р. Інгарден). Інтерпретація має засвідчити принципову багатозначність смислу такого тексту, смисл цей природжується, генерується. Твір живе в свідомості реципієнта новим життям. Розуміння, що здійснюється в акті сприймання тексту, включається в сам твір як його текстотворюючий механізм. Текст має презумпцію таємниці змісту, в гносеологічному плані – процес пізнання принципово безкінечний, в онтологічному – художній смисл невичерпний принципово. Ці прописні істини літературознавства стосуються, як бачимо, літератури епохи книгодруку. Таке уявлення про твір впливає і визначає його сприйняття і інтерпретацію в умовах друкованої культури, яка сьогодні трансформується в електронну інформаційну.

Визезазначене дає можливість говорити, що, на думку теоретиків інформаційної культури, зараз формуються нові принципи людського буття:

мережний (розподільне середовище без центрального вузлового пункту), віртуальний (моделювання можливої дійсності буття новітніми технологіями), інтерактивний (діалог як спосіб існування). Крім того, зрозумілим стає те, що в новій культурі інтенсивно триває процес втрати центральних позицій стрижневим елементом і основним носієм традиційного комунікативного процесу – друкованим словом. «Література почти перестала быть идеологической сферой, формирующей национальную идентичность, перестала быть формой общественной саморефлексии, потому что общество утратило способность и потребность мыслить о себе языком литературы» [3, 32].

Мистецтво слова проходить разом з цілою культурою процес глобальної трансформації. Тож для науки про літературу важливо формувати нові методологічні основи для розвитку нових літературознавчих концепцій, що сприятиме формування теорії, яка буде спроможною описати реалії життя сучасної літератури. Якщо змінюється природа об'єкта дослідження, має змінюватися і парадигма філологічного знання, має формуватися новий науковий феномен.

Текст, зокрема художній – це певні зусилля в комунікації. Тож кожен такий феномен має свій комунікативний статус. Текст як здійснений (здійснюваний) процес актуалізації, втілення смислу, є породженням певного типу мовної діяльності, – зона дискурсного аналізу. Він розглядається як висловлювання, загуртоване на комунікативних намірах учасників комунікації, орієнтований на умови здійснення процесу мовлення та має зв'язки з реальністю за межами цього комунікативного процесу.

Вище йшлося про зміни комунікативних технологій та умов комунікації в сучасній культурі як інформаційній. Тож є сенс звернутися до аналізу цих змін через дослідження дискурсивності твору в сучасних умовах.

В основі будь-якої комунікації лежать мотиви спілкування, тобто вона передбачає певні цілі, виражені, просигналізовані прямо чи опосередковано поверхневими структурами тексту. Продукування текстів – результат різних волевиявлень особистості, обумовлених зовнішніми (соціальними) та внутрішніми (індивідуально-особистісними) факторами.

Вербальний твір як дискурс постає як такий, що має соціальну, історичну, інтелектуальну спрямованість, комунікативну мету, інтенцію, адже дискурсивна практика – процес осмислений та організований. Будь-який дискурс виробляється в певних інституціональних межах, орієнтований

на певні правила, які накладають соціальні обмеження на акт висловлювання. З точки зору Т. Ван-Дейка, дискурс має правила, значна частина яких нелінгвістична, тобто така, що не підлягає поясненню лінгвістикою. Якщо соціологія вивчає структуру суспільної взаємодії, зокрема її проявлення у способі ведення діалогу, то соціологічність як ознака дискурсу – очевидна. Тут відбивається культура як приватна, індивідуальна, так і національна, загальна. В дискурсі і тексті як фіксованому дискурсі актуалізуються ментальні процеси, – тому текст як дискурс містить прагматичні, соціокультурні, психологічні чинники мовлення і розуміється як **цілеспрямована соціальна дія**. Текст як дискурс, за Р. Бартом, окрім авторського смислу, який він виражає, є ще й типом соціального «письма», прописаного культурними цінностями та інтенціями. Текст як дискурс має доводитися, виявлятися, віднаходитися через докладання комунікативних зусиль, – пошук відповідей, постановку питань до тексту [1, 40]. Так, скажімо, літературна чи критична практика одного автора – його приватна культура вербальної творчості, а читання реципієнтів того чи іншого сегменту аудиторії – суспільна культура вербальної творчості цього типу комунікантів. Розуміння тексту як дискурсу дає багато можливостей щодо усвідомлення того, чим для сучасної культури є література, аналізуючи способи реалізації мовленнєвої практики у сфері літературної роботи, – і письма, і читання.

Оскільки дискурс – це мовлення для чогось, це комунікативний вчинок, то проблема дискурсивного аналізу полягає в тому, щоб зрозуміти, чим той чи інший текст стає в комунікативному процесі, – в сприйманні і використанні. Тож художня література чи, скажімо, критика як тип дискурсу потребує соціологічного розгляду: як проявляється в іміджі, статусі літературного тексту уявлення про його природу, його можливості та доцільність в культурі, як усвідомлювана природа твору експлуатується культурою, які соціальні ролі передбачає дискурс літератури, критики, ін. Літературний твір як дискурс – спосіб оперування мовою літератури як виду мистецтва та типу мовлення, тому відбиває своєрідність концептуальних та семантичних систем мовних суб'єктів **літератури як соціального інституту**.

Мотивація комунікації – основа для формування мовних жанрів. За М. Бахтіним, мовні жанри – прийняті в певних ситуаціях та призначені для передавання певного змісту типові способи побудови мовлення.

Для мовлення мовні жанри – стійка форма. В комунікативній практиці ми вчимося писувати своє мовлення в жанрові форми так само, як під час сприймання чужого мовлення ідентифікуємо його з певних мовним жанром. Жанрову форму учасники комунікації передбачають та відчують, зчитують.

Для літературознавчої та журналістикознавчої традиції сьогодні проблема наявності в мовленнєвій практиці чітких жанрових форм майже знята з порядку денного через її невідповідність літературному та журналістському процесові. Така ситуація може бути інтерпретована як відсутність (або непрочитаність, неусвідомлюваність) чіткої установки комунікації, авторської інтенції та (чи) читацьких очікувань.

Крім того, така ситуація можлива за умов формування нових жанрових форм та одночасної орієнтації комунікативної практики на колишній досвід мовлення з його жанровими стандартами.

Можливе ще й таке пояснення кризи жанровості сучасної вербальної культури: немає чітких установок мовлення, оскільки зараз є лише одна, що, відповідно, й формує єдиний мовний жанр, – інтерпретація жанрових форм попереднього часу.

Формування єдиного комунікативного мережного простору, де все має текстову природу і існує за умов відсутності будь-яких обмежень для взаємодії, де інституційні рамки комунікації зняті або відносні, сприяє необхідності рецепції жанрових форм попередньої епохи задля усвідомлення міри їх продуктивності в нових умовах комунікації. Крім того, віртуальність комунікації в умовах інформаційної культури веде до зняття чи послаблення дієвості тексту на соціальному рівні. Дискурсивність такого тексту з усіма його інтенціями швидше реалізується в межах самого інформаційного простору, тож сприяє інтерпретації, обговоренню.

У межах друкованої культури в новітні часи її існування з'являються такі комунікативні технології як інтерактивність та гіпертекстовість. Саме вони й змінюють дискурсивність вербального твору. Гіпертекстовість – це нелінійна організація інформаційних одиниць, що представлені текстами, а також нелінійна форма керування цими одиницями в гіпертекстовій системі. Властивості та принципи організації гіпертексту: нелінійна структура, тобто наявність посилань та зносок; необмежена можливість експлікації структури гіпертексту (в звичайній книзі читач у процесі

комунікації дістає структуру з лінійного тексту, а в гіпертексті вона вже побудована автором), незавершеність як наявність віртуальних структур (гіпертекст і ієрархія, набір текстів, єдність і множина одночасно), структурно підтримувана можливість різного сприймання, явище множинної інтенції. Ці особливості мовленнєвої практики у форматі гіпертексту дещо розмивають уявлення про цілісність твору, наявність в ньому чітких авторських інтенцій та смислу, який можна читацькою роботою відшукати. З'явившись в межах друкованої культури у творчості письменників-постмодерністів, гіпертекстовість як комунікативна технологія розгортається вповні в нових комунікативних умовах, – електронному комунікативному просторі. Якщо інтертекстуальність як якість гіпертексту в друкованому творі має більш-менш стабільний горизонт, то в умовах електронної культури – вона стає безмежною, розмивається до кінця. Чим багатшим є тезаурус читача друкованого тексту, тим ясніше і певніше він зчитує неказане, те, що мається на увазі автором твору. В електронному просторі як гіпертекстовому знімається можливість обмеження інтертекстуальності, адже за умов електронної культури можна співставити що завгодно з чим завгодно, – далеко в часі і просторі та близьке в мережі.

Відсутність обмежування смислу того, що повідомляється твором-гіпертекстом, тобто дуже широкий контекст для вироблення розуміння, призводить до того, що з'являються такі різні описи одних і тих самих текстів, – з них вичитується принципово різне і в цьому вбачається цінність і тексту, і автора, і читача.

Та важливим є те, що інформаційна ера змінює ставлення до твору взагалі, а не лише того, що побудований за принципом гіпертексту. Завдяки експансії новітніх комунікативних технологій змінюється ставлення до вербального твору як такого, що є унікальним та самоцінним феноменом, адже, як вже йшлося вище, одиничний, індивідуальний погляд на світ обмежений і поступається колективному, стаючи частиною загального інформаційного простору-мережі.

Кожен твір – частина глобального літературного дискурсу, тому не єдиний, а один поряд з іншими. Контекст, в якому має здійснюватися рецепція твору, вже заданий глобальною інформаційною мережею, яка поступово перетворюється з друкованої на електронну, а не формується самим рухом літератури та реципієнтом. Потенційно – це будь-який

контекст, тобто текст може бути вписаний за таких умов куди завгодно в глобальному полі інформації.

Якщо естетична діяльність, за М. Бахтіним, визначається автором як центр, навколо якого може кристалізуватися смисл (ознакою цього суб'єкта є відповідальність), то в умовах електронної культури зростає роль і частка висловлювань з відсутнім автором, або невідомим чи неавторитетним автором. Тож кожен має право і всі можливості комунікативної діяльності в умовах глобальної інформаційної культури, але приватна точка зору особистості на предмет, індивідуальна позиція цікава не як істина, що стала досвідом, а як інформація, яку можна використати.

Якщо пошуки інформації та вироблення стратегій комунікативної поведінки в глобальному інформаційному просторі ведуться без орієнтації на фахівців-експертів, то часто не є ефективним. Сьогодні говорять про необхідність вирішення проблеми навігації в інформаційному просторі, формування такої комунікативної ролі як **провідник інформаційного простору**, який має дати відповіді: де шукати, що читати, як розуміти. Це процес актуалізації, включення інформаційних можливостей нової культури, які ще не розкриті.

Чим вища культурна компетенція читачів, тим коло їх вужче. Це група авторитетних читачів-експертів, що мають повноту інформації даного профілю. Їх роль надзвичайна, адже на них орієнтується та публіка, що залежить від рекомендацій та оцінок і споживає вже відібраний масив текстів. Чим певніша оцінка тексту, чим повніше він постає перед споживачем як культурно однозначний продукт (жіночий роман, класика), тим привабливіший він для споживання. Якщо літературний твір пройшов стадію відбору, то з ним читач зустрічається зі впевненістю у його вартісності. Адже хтось обрав саме ці твори як достойні уваги та читачьких зусиль. За таких умов автор нерідко «осознає себе участвующим в постоянном соревновании, борьбе за признание и рейтинг. Литература из служения превращается в спорт» [2, 464], оскільки через ЗМІ в читачькій свідомості виникає конфігурація літератури сучасності та критерії, за якими вона оцінюється. Однією з ефективних форм соціальної легітимації і репрезентації літератури та того, що в ній відбувається, сьогодні є літературна премія. Влада в сфері літератури за таких умов належить засновникам та експертам, що визначають переможців премії: «Эта инстанция создает модель литературной

реальности (или ее сегмента) по-своему, исходя из своей идеологии, переопределяя „центр“ и „периферию“, отвечая на вопрос „что такое (настоящая) литература?“» [2, 463].

Надзвичайно складним питанням за умов врахування особливостей трансформаций, що мають місце сьогодні в культурі взагалі і вербальній культурі зокрема, є питання про те, що є літературою сьогодні. Хто намілившись чітко розмежувати, що є літературою, а що нею не є, маючи перед собою розмаїття творів, що друкуються та зовсім з різних причин називаються літературою? Сьогодні мають місце найрізноманітніші літературні шукання, експерименти, розмаїття на насиченість літературною продукцією за умов хаотичності і відсутності логіки та видимої еволюції її розвитку, тому неможливо «знайти спільний знаменник для всіх видів „літературної“ продукції» [12, 19]. «Опыт предшествующего литературного развития учил, что в литературе, как и в языке, нет ничего случайного, что закономерен любой текст. Но сейчас разнообразие литературы предстает именно как хаотическое нагромождение художественных явлений, случайных и необязательных» [3, 35-36].

Цв. Тодоров – один з найавторитетніших сучасних теоретиків літератури – стверджує, що структурний підхід до літератури, який дає можливість визначити ознаки та властивості явища, що виконує певні функції в культурі, неможливий. Натомість науковець наполягає на функціональному підході до визначення літератури, тобто з'ясування, ролей, які виконує це явище в культурі.

Вивчаючи літературу, зазначає Цв. Тодоров, слід розуміти її як літературні дискурси (а їх багато), до яких входить весь комунікативний досвід читача, більша частина якого – позалітературний. Це й визначає ставлення до літератури [12, 19-21]. Читання базується на комунікативному впливі цілої культури та постає як заздалегідь визначений та усвідомлюваний процес, який одночасно є і стихійним, що лише формується зусиллями його комунікантів у вільному і неструктурованому інформаційному мережному комунікативному просторі.

В умовах формування інформаційної культури виникають і проходять апробацію на продуктивність нові дискурсивні практики, нові комунікативні принципи. Вони мають місце не лише в межах електронного комунікативного простору, але реалізуються й в царині друкованої культури, зокрема мистецтва слова. Тексти, які ми вважаємо літературою, більшою

чи меншою мірою містять досвід усвідомлення їх комунікантами (авторами, читачами, критиками) літератури як певного типу мовлення, його ефективності та доцільності. Тому сучасні друковані літературні твори та критичні тексти в умовах трансформації культури і появи нових комунікативних технологій та стратегій – сфера осмислення та висловлювання досвіду комунікативного перебування в друкованій культурі. Вивчаючи з таких позицій друковані твори сучасної літератури та критики, можна спробувати з'ясувати, який **комунікативний досвід** ця культура намагається передати поколінню, що житиме в електронній інформаційній культурі.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Барт Р.* Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М., 1989. – 615 с.
2. *Воробьева Е. И.* Литературные премии. Методология исследования // Русская литература XX – XXI веков: проблемы теории и методологии изучения. – М., 2006. – С. 462-464.
3. *Голубков М. М.* Есть ли сейчас литературный процесс? // Русская литература XX – XXI веков: проблемы теории и методологии изучения. – М., 2006. – С. 29-36.
4. *Гоч В. П.* Введение во время. – М., 2003. – 192 стр.
5. *Каллер Дж.* Теория литературы: Краткое введение. – М., 2006. – 158 с.
6. *Кастельс М.* Интернет_галактика: Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. – К., 2007. – 292 с.
7. *Кириллова Н. Б.* Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М., 2005. – 448 с.
8. *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М., 2004. – 416 с.
9. *Луман Н.* Медиа коммуникации. – М., 2005. – 280 с.
10. *Мак-Луэн М.* Галактика Гуттенберга: Сотворение человека печатной культуры. – К., 2004. – 432 с.
11. *Табачковський В. Г.* Полісутнісне homo: філософсько-мистецька думка в пошуках «невклідової рефлексивності». – К., 2005. – 432 с.
12. *Тодоров Цв.* Поняття літератури та інші есе. – К., 2006. – 162 с.