

УДК 82.0:316.774

О. А. Іванова,

кандидат філологічних наук, докторант кафедри журналістики
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

ЛІТЕРАТУРНИЙ ТВІР: МІЖ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВОМ ТА СОЦІАЛЬНИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ

Літературний твір розглядається в статті як такий специфічний феномен, дослідження якого триває в зоні перетину інтересів літературознавства як науки про закономірності літератури як виду мистецтва і теорії масової комунікації як науки, що розкриває закономірності побутування її у соціумі і культурі.

Ключові слова: літературний твір, рецепція, комунікативний статус, соціальні комунікації.

Бездонне море під назвою “визначення феномену літератури”, що невпинно шириться й росте, подає охочим до істини і таку пропозицію: література — це головне в житті, що виражено словами. Навмисне відволікаючись від ідейного сенсу цього висловлювання, хоч і не заперечуючи можливості продуктивних наслідків його розбору і розвою, скажемо про підтекстову частину його смислового поля. Щоб виражати словом головне в житті, література має *стати* (чи точніше — щоразу ставати) спроможною, затребуваною і цінованою в такій якості. Література є те, чим її робить культура, яка через нас продукує її витвори і рецепіює їх. Атмосфера культурної епохи завжди оточує твір, і його мистецький потенціал ставить нас, її агентів, у глухий кут, — кут необхідності пошуку і відповідей на свої питання через літературу, і самих питань, які (у разі їх усвідомлення) сповіщене нею зроблять нашим надбанням. Тобто література виражає словом головне в житті у разі обіймання нею цього місця в культурі, — коли вона має такий комунікативний і функціональний статус.

Наукова проблема, до розв’язання якої має долучитися і ця стаття, — проблема способу дослідження соціокультурної комунікативності літературного твору, а також наукова, зокрема літературознавча, перспектива такого ракурсу бачення мистецтва літератури. Чим визначається, як регламентується та в який спосіб здійснюється літературна комунікація? Що відбувається, коли зустрічаються твір і аудиторія? Які функціональні характеристики літератури та на що вона претендує?

Вже загальний огляд поставлених питань свідчить, що це зона перетину інтересів декількох наукових шкіл, напрямків і навіть окремих наук: структуральної поетики, рецептивної естетики, соціології літератури, а також теорії і історії масових комунікацій.

Структуральна методологія бачить твір як системне утворення, що перебуває у комунікативних зв’язках з іншими семіотичними цілими у спільному полі їх функціонування (Ю. М. Лотман — вчення про семіосферу).

Проблема комунікативності літератури тут постає як проблема перекодування наявного в ньому змісту на мову іншої системи, а будь-яка інтерпретація — завжди переклад, що має втрати через розбіжності у механізмах кодування. Основний акцент такий підхід робить на авторові коду та створеного на його основі повідомлення, втіленням роботи якого і стає структурно-функціональне ціле твору, — сфера виробництва літератури, яка закладає соціокультурну комунікативну стратегію творів як продуктів такого виробництва.

Інший погляд на ті самі питання демонструє рецептивна естетика та близька до неї літературна герменевтика другої половини XX століття. Обоє твір цікавить з точки зору рецепції/інтерпретації, — тобто споживача і споживання. Комунікативність твору полягає з перспективи такого наукового погляду у естетичному досвіді, досвіді читання, зміні горизонту очікування читача, оскільки літературний твір — інтенційний об'єкт (Р. Інгарден), що має певну установку-спрямованість на читача, оживає, актуалізується у його свідомості в акті читання, а не забезпечує обмін інформацією. Комунікативний потенціал твору вимірюється не значеннями, як у структуралістів, а смислами і потребує не об'єктивації і пояснення, а розуміння і привласнення (П. Рікер). Читання пов'язує твір з епохою, актуалізує його потенційний стан у власний духовний і емоційний досвід особистості у варіантах наївного, професійного, естетичного чи ідеологічного читання (Р. Інгарден). Твір обумовлюється комунікацією читача з ним, який здійснює і персоніфіковану, і історичну інтерпретацію-самопізнання-через-твір.

Рецептивна естетика також прагне виявити “не стільки індивідуально-суб'єктивні особливості сприймання реципієнтом явищ мистецтва, скільки історичну і соціальну обумовленість естетичних уявлень, зануритись у соціальну структуру естетичної свідомості певної епохи” [2, 47], тобто вийти на узагальнення механізмів рецептивної діяльності як такої. Фактично в такому разі має місце переакцентація дослідницької уваги: літературна творчість стає приводом для активізації рецептивної діяльності, яка і постає основним предметом аналізу. Такий підхід (соціологічний в своїй основі) — бачення місця явища у суспільних структурах, причинно-наслідкові зв'язки різних соціальних сфер, функціонування мистецтва у соціумі — має перспективу покинути поле літератури і зосередитись на дослідженні процесу та результату рецепції в контексті роботи свідомості і функціонування соціуму. Останнім питанням напряму займається соціологія мистецтва (і літератури зокрема): “Соціологія мистецтва шукає відповіді на питання — чому і для чого виникло і функціонує мистецтво як явище соціальне і як тривають процеси його соціального буття” [2, 7]. Установки соціології літератури — дослідження і виробництва, і споживання: типів читачів і авторів та цілей, інтересів, настроїв, вподобань, мотивів поведінки, обумовлених соціальною вкоріненістю їх носіїв. Сам художній твір бачиться тут як об'єктивація суспільних відносин, втілення досвіду сприйняття світу і засіб формування світогляду.

Уявлення про іманентну сутність мистецтва, згідно якої цінність літературного твору не залежить від історичної мінливості поглядів, смаків і естетичних вподобань читачів, а рівна собі та ігнорування мінливості, неоднорідності, історичної і соціальної динаміки комунікативного і функціонального його статусу, суперечить реальному стану речей, адже література, на думку Цв. Тодорова, є перш за все “функціональним утворенням” [4, 8]. Однак захоплення дослідженням історичної обумовленості твору певними установками свідомості чи соціального порядку може призвести до поглинання ними літературної творчості як специфічного виду діяльності у процесі аналізу. Як не втратити власне літератури як основного об’єкта дослідження, аналізуючи її комунікативний і функціональний соціокультурний статус?

Бахтінське уявлення про твір як естетичний об’єкт, результат спільної естетичної діяльності автора, героя і читача, будучи узгодженим з описаними вище уявленнями про літературу в аспекті її комунікативної природи, все ж є альтернативою їм. М. М. Бахтін/П. М. Медведєв у критиці формального методу в літературознавстві наголошує на необхідності розробки соціологічної поетики, оскільки твір є ідеологічним об’єктом, що відображає соціум через естетичну творчість, будучи висловлюванням, яке прагне увібрати і відтворити сам життєвий контекст цього висловлювання, його передумови і обставини, а також претендує на суперництво з об’єктивним світом. Хоч ідеологічні чинники літератури в свою чергу, реалізуються в полі літератури як сфері функціональних можливостей як суто мистецькі: “Будь-який зовнішній фактор, що діє на літературу, викликає в ній чисто літературний ефект, і цей ефект стає визначальним внутрішнім фактором для подальшого розвитку літератури” [1, 140].

Альтернативність цієї позиції полягає перш за все у введенні широкого соціального контексту в царину літературознавчих дослідницьких практик, якого аспекту естетичної діяльності це б не стосувалося. Література як ідеологічний феномен завжди є конкретним історичним явищем, ігнорування чого робить неспроможним її аналіз, оскільки не враховує конкретно-історичної “живої мінливості, розмаїття, специфічності і матеріальної втіленості” [1, 112] усіх і формальних, і смислових можливостей літератури.

Ще одна принципова думка М. М. Бахтіна щодо соціальної комунікативності літератури: “Індивідуальна людина не творить ідеологій, ідеологічна творчість і розуміння її здійснюється тільки у процесі соціального спілкування... — це те середовище, в якому ідеологічне явище вперше здобуває своє специфічне буття, свою ідеологічну значимість, свою знаковість” [1, 115–116]. Саме тому, за М. М. Бахтіним, соціально-історична конкретність комунікативності і функціональності літератури підлягає об’єктивному методу пізнання і вивчення, адже вона характеризується специфічними соціальними формами спілкування, в яких проявляє себе сприймання літератури. Тут слід наголосити два моменти. По-перше, конкретні соціокультурні смисли, настрої, установки (ідеологеми) відображаються у творі — “організованому ідеологічному матеріалі” [1, 116], причому “література в основі свого змісту відображає... тільки живий процес становлення ідеологічного кругозору” [1, 127]. По-друге, твір стає дже-

релом “соціального спілкування”, в якому ідеологічна значимість твору здійснюється, постає, репрезентується: “В різних ідеологіях різняться і самі значення, тобто самі функції творів в єдності соціального життя. В зв’язку з цим різняться і соціальні зв’язки, що реалізують значення, тобто сукупності всіх тих дій і взаємодій, які викликаються і організуються ідеологічним значенням” [1, 120]. Для М. М. Бахтіна це два окремих кола питань: вивчення форм і особливостей організованого ідеологічного матеріалу і вивчення форм і особливостей соціального спілкування, що виявляє конкретно-історичну значимість твору як організованого значимого матеріалу: “Література в своєму змісті відображає ідеологічний кругозір, тобто чужі нехудожні (етичні, пізнавальні і ін.) ідеологічні утворення. Але відображуючи ці чужі знаки, література сама створює нові форми, нові знаки ідеологічного спілкування. І ці знаки — літературні твори — стають реальною частиною оточуючої соціальної дійсності... самі є самоцінними і своєрідними явищами ідеологічного середовища... У них своя самостійна ідеологічна роль” [1, 126].

Проведений огляд проблеми доводить необхідність розмежування двох аспектів єдиного підходу до вивчення комунікативності літературного твору. Назвемо умовно перший з них дослідженням “внутрішньої комунікації”: визначення передумов і параметрів естетично адекватного сприйняття твору через реконструкцію основних естетичних структур сприйняття, закладених у структурі твору як його власна комунікативна стратегія. Другий — назвемо умовно дослідженням “зовнішньої комунікації”: опис та аналіз реальної рецептивної ситуації з її соціологічними, конкретно-історичними і ін. характеристиками і суперечностями як сукупного рецептивного соціального досвіду епохи. Загальна методологічна установка запропонованого підходу — аналіз рецептивних процесів у контексті конкретно-історичного розвитку як процесу становлення *самої* літератури як феномену, що має визначений соціокультурний комунікативний і функціональний статус, будучи продуктом спільної, хоч і плюральної, діалогічної естетичної діяльності автора, героя і читача.

І тут хотілося б звернути увагу на сферу масової комунікації. У соціумі відбувається зустріч між запитами збоку аудиторії до літератури як певного виду діяльності, що виробляє свою продукцію, і пропозицією збоку автури (П. Бурдье). Форм експлікації досвіду читання багато, в разі аналізу вони можуть стати джерелом знань про літературний твір як актуалізовану соціокультурну цінність. Серед них своє посутнє місце займають висловлювання про літературу, розповсюджені через масмедійні канали. Такі матеріали містять оцінні судження про літературу, тобто оприлюднене усвідомлення її цінності, — і як факт цього усвідомлення (зміст), і як спосіб (стратегія). Оскільки масмедійні повідомлення про літературу — не поодинокі, а складають цілий масив, інституціолізований як у самому масмедійному полі, так і в полі літератури (серед інших форм її усвідомлення), то в разі системного вивчення вони можуть дати ґрунтовний матеріал для узагальнень і висновків відносно соціокультурного комунікативного і функціонального статусу літературного твору. Масова комунікація — соціаль-

но орієнтована, її мета — не лише інформування, а і з'єднання індивідів у соціальному середовищі (С. Квіт), тож в ній і література постає пов'язаною з соціокультурним середовищем, яке її породжує, а окремі позиції щодо літератури стають взаємноорієнтованими.

У висловлюваннях про літературу зі сфери масмедіа має місце зіткнення тих уявлень про літературу, (хай і поточних та суперечливих), що висловлені в контексті компетенції самого ініціатора такої комунікації, а не через підпорядкування його (критика, журналіста, пересічного читача) опитувальній логіці науковця-соціолога. Тут і питання, і відповіді, як і всі повороти і напрямки усвідомлення соціокультурного статусу літератури задаються контекстом самого досвіду літератури, що його має суспільство, тобто репрезентують картину такою, якою вона є. Масмедійна розмова про літературу — судження різного штибу і глибини — це діапазон і напрямки усвідомлення її комунікативних і функціональних цінностей “тут і зараз”. Це акт і факт фіксації рецептивного досвіду епохи, який може бути цікавий і своєю варіабельністю, розмаїттям, і своєю масовістю. Це усвідомлення руху літератури у соціумі, її життя.

Масові комунікації реагують на все поле літератури одночасно, як на подієвий потік, що і відображає строкату картину літературного життя, що завжди є середовищем з цілим широким діапазоном антиномічно орієнтованих ставлень до літератури. Таке контекстуальне бачення твору на тлі літературного життя епохи, що дозволяє масмедійний дискурс, надзвичайно важливе, адже: “Літературний твір найближчим чином є частиною літературного середовища як сукупності всіх соціально-дієвих в дану епоху і в даній соціальній групі літературних творів. З точки зору суто історичної одиничний літературний твір є несамотійним і тому реально невіддільним елементом літературного середовища В цьому середовищі він займає певне місце і його впливами безпосередньо визначається” [1, 136].

Оскільки масмедіа — сфера соціальних комунікацій, то і в розмові про літературу тут фігурують соціальні і ідеологічні чинники, аргументи, прояви, фіксація яких важлива в контексті ще однієї думки М. М. Бахтіна про комунікативність літератури: “Кожне літературне явище... визначається одночасно ззовні і зсередини. Зсередини — самою літературою, ззовні — іншими сферами соціального життя. Але, визначаючись зсередини, літературний твір тим самим визначається і ззовні, так як література, що його визначає, сама в її цілому визначається ззовні. А визначаючись ззовні, він тим самим визначається і зсередини, бо зовнішні фактори визначають його саме як літературний твір в його специфічності і в зв'язку з усією літературною ситуацією, а не поза нею. Внутрішнє, таким чином, постає зовнішнім і навпаки” [1, 139].

Одна з функцій журналістських матеріалів про літературу — визначити значимість даного явища, його цінність, а також впорядкувати процес функціонування мистецтва, що в цілому є зоною інтересів літературної критики. Журналістика про літературу і літературна критика, що оприлюднюється через канали масмедіа, — зона, де мають порозумітися автор, твір і читач через створений цими засобами контекст діалогу: “Компетент-

на і здорова критика має давати художнику “соціальне замовлення” на його власній мові як поетичне замовлення... критика, в усякому разі, має бути компетентним перекладачем, *medium'ом*” [1, 147]. Актуальне мистецтво — те, що перебуває у сучасній активній рецепції. І тут можливі варіанти: модність, культовість, публічність, перепрочитання, ін. Але в усіх випадках важливим є не лише факт актуалізації, але і її характер, тобто критерії актуалізації, що також підлягають виокремленню. Коли ж актуалізація твору така, що дає нечітке, неусвідомлюване його прочитання, стратегію напрямку і чинники формування думок та вражень також надає оприлюднення позиції через масмедіа.

Однієї з найбільш ефективних методик дослідження змісту масмедійних текстів є методика контент-аналізу (В. Ф. Іванов) [див.: 3]. Однак уявлення, що кладуться в основу категорій аналізу контент-аналітичного дослідження сучасної художньої літератури як її описує і позиціонує масмедійна сфера, мають формуватися в межах теорії літератури, з одного боку, і теорії інформаційного суспільства, з іншого, оскільки сучасна гуманітарна наука констатує перехід цивілізації до нової стадії розвитку та має розроблені моделі типу цього нового соціального і культурного світу. Таке дослідження проводиться не через опитування, анкетування читачів чи працівників ЗМІ за системою питань, розроблених дослідником, а через аналіз змісту (контенту) медіа, тобто через фіксацію і інтерпретацію кількісних і якісних даних, що подають вже здійснений досвід рецепції мистецтва літератури. Однією з форм його репрезентації може стати вибудована на основі зібраних даних система опозицій, між полюсами яких розташовуються характерні для даних історико-культурних обставин випадки і закономірності рецепції літератури.

Справжнє мистецтво органічне змінній атмосфері епохи, бо утримує місце, з якого надсилає своє світло. Мірилом же визначення цього комунікативного і функціонального соціокультурного його статусу стає сама культура, що занурюючи твір у свої глибини, через наші зусилля робить своїм надбанням.

За умов поєднання літературознавчих і соціально-комунікативних підходів історія літератури може бути репрезентована як широка за своїм діапазоном, різновекторна за спрямуванням, асинхронна, але перманентно динамічна поступова зміна соціокультурного комунікативного і функціонального її статусу, в дослідженні чого і бачиться перспектива.

Література

1. Бахтин М. М. П. М. Медведев. Формальный метод в литературоведении // Бахтин М. М. Тетралогия. — М., 1998. — С. 110–297.
2. Дуков Е. В., Жидков В. С., Осокин Ю. В., Соколов К. Б., Хренов Н. А. Введение в социологию искусства: Учебное пособие. — СПб., 2001. — 256 с.
3. Новини VS Новини. Вибірча кампанія в новинних телепрограмах / За ред. Н. Костенко, В. Іванова. — К., 2005. — 212 с.
4. Тодоров Цв. Поняття літератури та інші есе / Перекл. з франц. Є. Марічева. — К., 2006. — 162 с.

Е. А. Иванова

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,
кафедра журналистики:

**ЛИТЕРАТУРНОЕ ПРОИЗВЕДЕНИЕ: МЕЖДУ
ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕМ И СОЦИАЛЬНЫМИ
КОММУНИКАЦИЯМИ**

Резюме

Литературное произведение рассматривается в статье как такой специфический феномен, исследование которого осуществляется в зоне пересечения интересов литературоведения как науки о закономерностях литературы как вида искусства и теории массовой коммуникации как науки, раскрывающей закономерности ее бытования в социуме и культуре.

Ключевые слова: литературное произведение, рецепция, коммуникативный статус, социальные коммуникации.

E. A. Ivanova

Odessa National I. I. Mechnikov University
Journalism Dept

**WORK OF LITERATURE: BETWEEN THEORY OF LITERATURE
AND SOCIAL COMMUNICATION**

Summary

Work of literature is examined in the article of a specific phenomenon, the investigation of which is taken place in the sphere of intersection of interests of literature as a science about regularity of literature as a kind of art and theory of mass communications as a science about regularity of its existence in society and culture.

Key words: work of literature, reception, communicative status, social communications.