

# РЕЦЕНЗІЇ

## ЛІТЕРАТУРА ЯК КОМУНІКАЦІЯ: НОВІТНЯ ОНТОЛОГІЯ ХУДОЖНЬОГО СЛОВА\*

Рецензована монографія прегарно вписується в актуальний і надзвичайно важливий сегмент сучасної гуманітаристики, що вже отримав усталену назву комунікології. Безперечно, існує чимало точок сходження цієї, сказати б, метапарадигми з сучасними проблемами дослідження художньої словесності. Аксиомою літературознавства сьогодні є ідея комунікативної сутності літературних феноменів, відтак без виявлення механізмів трансформації та рецепції художнього слова важко зрозуміти його новітню сутність і форми побутування у світі.

Вербальна природа літератури, що донедавна була її не просто іманентною ознакою, а й частки покривала собою всі інші потенційні властивості і можливості слова, в сучасному світі інформаційних і комунікативних технологій кардинально змінюється, набуваючи різноманітних інтермедіальних виявів. Такі явища, як перформенс, хепенінг, кібертекст, аудіокнига, комікс, графічний роман, реаліті-роман etc. вже стали невід'ємною складовою сучасного арт-простору і свідчать, як стверджують автори монографії, про новий онтологічний статус літератури, що потребує серйозного наукового перегляду ключових теоретико-літературних категорій – від літературного канону і жанрової ієрархії до проблем автора, читача, рецепції, інтерпретації тощо.

Цілісно-системне осмислення низки означених проблем і наближення до «розробки якісно нової моделі вивчення і викладання літератури в епоху інформатизації, що враховувала б увесь спектр інтермедіальних зв'язків літературного тексту з іншими видами мистецтв та засобами масової комунікації», і є метою авторів монографії. Постановка цієї амбітної мети і запропоновані підходи до її вирішення у форматі конкретно поставлених наукових завдань видаються нам винятково продуктивними і перспективними.

Структура рецензованої монографії відзначається чіткістю, логічністю, послідовністю розгортання дослідницького пошуку, що відповідає заявленим магістральним напрямкам студії. Матеріал, відповідно до мети й завдань, поставлених у монографії, доцільно розподілено за трьома розділами, кожний із яких орієнтований на вирішення певного завдання, а сукупно вони переконливо працюють на досягнення основної мети дослідження.

У першому розділі розглядаються форми буття літератури в контексті сучасних комунікативних технологій і соціальної комунікації, зокрема зв'язки художньої літератури з мас-медіа у функціональному й перспективному вимірах (Наталія Яблоновська), своєрідність так званої ергодичної літератури, що виявляється на прикладі гіпертекстуальних стратегій у романі Мілорада Павича «Краєвид, мальований чаєм» (Алла Татаренко), особливості проникнення літературної класики в рекламу (Олександр Пронкевич).

Другий розділ присвячено з'ясуванню актуальних трансформаційних процесів у сфері літературної антропології, що зазнає суттєвих змін у сучасній культурній та комунікативній ситуації. Тут для аналізу вдало визначено стратегічні вектори даної проблематики й доцільно підібрано матеріал студіювання: Наталія Лебединцева аналізує тілесні форми репрезентації в сучасній українській поезії; Христина Павлюк – стратегії репрезентації жіночої суб'єктивності в німецькій жіночій поезії 1970–2000 рр.; Тетяна Остапчук виявляє «шляхи до включення в поле зору “іншого”» новітньою компаративістикою та імагологією.

Особливо вдалим видався нам третій розділ праці – «Інтермедіальний вимір літератури». У розвідках, що складають цей розділ й органічно доповнюють одна одну, представлено три напрочуд актуальних і перспективних напрямки взаємодії літератури з іншими видами мистецтва: музикою, кінематографом і мультиплікацією. Світлана Маценка простежує закономірності зв'язку медіальної природи роману Томаса Манна «Доктор Фаустус» з інтермедіальними варіантами його інтерпретацій. Змістовною і насиченою різноманітним ілюстративним матеріалом є студія Богдана Сторохи про зв'язки літературного та кінематографічного текстів на рівні екранізації та ре-літераризації. На окрему увагу заслуговує розвідка Олександра Пронкевича «Література і мультиплікація». Автор спочатку детально аналізує три ключових «епізоди» в історії взаємодії анімації і літератури – мультиплікаційні версії «Аліси в Країні Чудес» Льюїса Керрола, «Стійкого олов'яного солдатика» Г. Х. Андерсена і повісті «Ніс» М. Гоголя, далі робить важливі застере-

\* Рецензія на монографію «Онтологія літератури в сучасних комунікативних умовах» (Миколаїв : Чорноморський національний університет імені Петра Могили, 2016).

ження щодо можливостей мультиплікації як засобу формування читацької культури. Нарешті, послугуючись найхарактернішими прикладами анімаційних версій класичних літературних текстів (Вільяма Шекспіра, Івана Крилова, Олександра Пушкіна, Федора Достоевського), переконливо тлумачить «зашифроване» в анімаційних картинах повідомлення як результат динамічного інтертекстуального процесу, зумовленого цінностями і рецептивними установками, що домінували в ті чи інші періоди розвитку культури.

Попри те, що чимало тем, дотичних до новітньої онтології літератури, залишилось поза увагою авторів (що цілком зрозуміло, адже це один із перших кроків у даному напрямку й висвітлити всі аспекти означеної проблематики за один захід було б просто неможливо), незаперечною є наукова новизна монографії та її практична спрямованість у сферу новітньої літературної педагогіки.

Отже, монографія «Онтологія літератури в сучасних комунікативних умовах» є ґрунтовним, новаторським науковим дослідженням, що відзначається високим теоретико-методологічним рівнем і має науково-практичне значення. Оприлюднена як наукове видання ця праця, безперечно, буде корисною для літературознавців, культурологів, викладачів і студентів вищих навчальних закладів гуманітарного профілю та всім, хто цікавиться проблемами сучасного розвитку літератури і культури.

*О. В. Кеба,  
доктор філологічних наук, професор*

*Отримано: 15 серпня 2017 р.*