

УДК 82.0 + 070 (05)

*Елеонора Шестакова***ДО ПРОБЛЕМИ ОБҐРУНТУВАННЯ  
ЦІЛІСНОГО БУТТЯ СЛОВЕСНОСТІ  
НОВОГО ТА НОВІТНЬОГО ЧАСУ**

*Пропонується обґрунтування цілісного буття словесності Нового та новітнього часу. У зв'язку з цим висувається та вмотивовується наступна ідея: цілісність новоевропейської словесності виявляє та здійснює себе через активне, постійне, складне, багатовекторне співіснування принципово самостійних та самоцінних типів словесності – традиційної, здавна вкоріненої в культурі – художньої, й такої, що стала легітимною та швидко розвивалася лише з XVII ст., – мас-медійної.*

**Ключові слова:** *словесність, комунікація, текст, тип словесно-естетичної свідомості, масова комунікація, художня література.*

Загальновідомо, що на межі XX – XXI століть словесність, комунікація, мовне буття людини, феномен журналізму стали ключовими чинниками культури. Джерела цього, на думку переважної більшості дослідників, – ряд кардинальних культурних зламів початку Нового часу, який, за чітким визначенням О. Михайлова, стає *поворотною подією в історії Слова*. Література ж узагалі, за спостереженнями М. Фуко, знаходить нові способи буття, простір існування, принципи взаємозв'язків слів та речей.

Культурна ситуація, породжена Новим часом, протягом XX ст. набула особливої сили, динамічно розвивається і досі створює нові типи та види словесності. Численні школи та напрями сучасної гуманітарної науки, розглядаючи загальні проблеми буття словесності, зазначали, по-перше, наполегливе переміщення змістової напруги всередину мови, коли формування та здійснення образу світу й людини відбувається насамперед у мові й спостерігається певного роду «зрощення» слів і життя; по-друге, глибоку кризу естетичного, зокрема художньої словесності, та становлення нової культурної парадигми, де провідну роль відіграє слово (ансамбль знаків), принципово змінене стосовно класичної культурної ситуації. Визнано, що такі процеси складні, довготривалі й еволюційні.

Утім, визнаючи пріоритетну роль слова, науковці зосередили увагу переважно на художньому типі слова та його джерелах, стані, етапах і проблемах існування, що ж до словесності масової комунікації, яка в Новий час посідає провідні позиції через журнальну словесність (І. Киреєвський), а на початку новітнього часу утворює поле журналістики або журналізму (П. Бурдьє, П. Вірілію), то вона парадоксальним чином опинилась у своєрідному генетичному, субстанціальному вакуумі. Дослідники, що так чи інакше торкалися

питань побутування мас-медійної словесності (*філологи* Ж. Полан, У. Еко, Р. Барт, І. Лівий, Т. ван Дейк, П. де Ман, Ж. Женетт, А. Компаньйон, Ю. Тиньянов, Д. Лихачов, В. Халізов, Ю. Борев, Л. Землянова, В. Сахаров, В. Молчанова, К. Дудаков-Кашуро, Г. Зикова, О. Дедова, О. Мулярчик, І. Силантьєв, А. Погрібний; *філософи, культурологи* Я. Мукаржовський, П. Рікер, Ж. Деріда, М. Фуко, П. Слотердайк, Ж. Бодріяр, Н. Маньковська, Ю. Буданцев; *фахівці з питань журналістики та масової комунікації* М. Маклюен, Е. Довіфат, В. Хагеман, Ф. Ферінг, П. Вірлію, П. Бурдьє, С. Весін, А. Москаленко, В. Різун, В. Шкляр, Н. Сидоренко, В. Іванов, Г. Почепцов, В. Здоровега, І. Михайлин, Б. Потятиник, Я. Засурський, Е. Прохоров, Т. Беневоленська, В. Ученова, М. Кім, Б. Місонжиков, В. Ворошилов, С. Корконосенко), висвітлювали питання коригування художньої та мас-медійної словесності саме як готових словесних явищ, що паралельно існують у сфері культури та взаємодіють переважно у вимірі «художньоцентричності». Проблеми співвідношення цих типів словесності учені розглядали насамперед щодо їх ідейно-тематичних, поетичних, стилістичних, образних, мовних, дискурсивних особливостей, обґрунтовуючи історичні, соціально-економічні, громадські, технічні, соціологічні, ідеологічні, загальнокультурні джерела, механізми, специфіку існування мас-медійної словесності.

Проте деякі принципово важливі питання, спрямовані на з'ясування та вмотивування як сутності словесності взагалі, так і самостійних джерел та засад мас-медійної словесності, залишилися поза увагою науковців, що зрештою зумовлює необґрунтовано соціологізоване, актуалізоване загальнокультурними процесами трактування складної сутності та розвитку словесності Нового і новітнього часу.

Крім того, підхід до словесності лише з точки зору «художньоцентричності» призвів, фактично, до відсутності концепції співвідношення текстів художньої та мас-медійної словесності в якісно нових культурних умовах існування слова та взагалі словесності на межі ХХ – ХХІ ст.; невизначеності теоретичних підходів та аспектів вивчення словесності Нового і новітнього часу як цілісності, що виявляється і уможливорює своє буття через складні, полісемантичні відносини художньої та мас-медійної словесності.

Саме це коло проблемних питань і визначає актуальність пропонованої статті, мета якої – визначити й умотивувати загальну концепцію словесності Нового і новітнього часу як цілісності, що виявляє та здійснює себе через активне, постійне, складне, багатовекторне співіснування принципово самостійних та самоцінних типів словесності: традиційної, здавна вкоріненої в культурі – художньої, й такої, що стала легітимною та швидко розвивалася лише з ХVІІ ст., – мас-медійної.

Напевно, без перебільшення можна сказати, що словесність є одною з напружених ціннісних значеннєвих подій Нової й новітньої культури, актуалізованих насамперед *розпадом цілісності сприйняття*

(Т. Еліот), кардинальними революційними трансформаціями в субстанціальних основах і властивостях світогляду, світосприймання. Своєрідне відкриття Новим часом словесності, як особливого семантичного простору існування світу, особистості, мови, є значущим не тільки в галузі суто словесної свідомості. Відкриття, точніше, народження в новій якості словесності на початку Нового часу – це те, що визначить багато явищ і процесів у культурі Нового й новітнього часу.

Новий та новітній час – це саме той період, коли остаточно відбулися легітимація та вкрай швидкий розвиток якісно зміненої щодо попередніх етапів розвитку цілісності словесності. Вона, за думкою багатьох науковців, відзначається рядом принципових змін і, перш за все, нівелюванням та руйнацією довготривалих та довго пануючих синкретизму й традиціоналізму, а також розмежуванням художнього та нехудожнього типу літератур. Безумовно, що до нехудожнього типу належить і мас-медійний тип словесності, що теж відзначається багатьма дослідниками. Проте спеціальні розвідки, спрямовані безпосередньо до зіставлення із суто теоретичної точки зору двох типів словесності, що репрезентуються художнім типом текстів та мас-медійним типом текстів, фактично, відсутні в гуманітарній науці.

У ході дослідження цілісного буття словесності вкрай необхідне звернення не лише до особливостей словесно-культурного мислення Нового часу, а й до попереднього тривалого розвитку словесності. Це звернення передбачає, з одного боку, намагання з'ясувати та обґрунтувати передусім загальні, стратегічно визначальні, субстанціальні витоки, причини, а з другого – виробити саме загальну модель, що якомога більше враховує особливості появи та існування цілісності словесності, яка на принципово інших засадах вже на початку Нового часу уможливило себе через взаємодію художнього та нехудожнього типу словесності. Звернення до попереднього тривалого розвитку словесності – це визначення та вмотивування загальних особливостей словесно-культурної свідомості в її реальному русі. Певно, що цілісність культури і так само цілісність словесності дуже суперечлива, непередбачена та «нетеоретизована» в подробицях, нюансах, певних окремих випадках. Загальновідомо, що теоретичним моделям і будь-якій генералізації жива культурна та, безсумнівно, словесна цілісність може протиставляти поодинокі мікроспростування, мікробунти зсередини себе. Проте, як наполегливо зазначає, наприклад, В. Горегляд [1] у викладі історії японської літератури, від її виникнення до кінця розвиненого Середньовіччя, узагальнення виявляється тим правильніше, чим більший матеріал воно охоплює.

Відштовхуючись від такої логіки, найважливішим завданням дослідження цілісності словесності Нового та новітнього часу як раз і є визначення й обґрунтування провідних загальних принципів, моментів кореляції художнього та нехудожнього, представленого, зокрема, й мас-медійними текстами, типів словесності. Саме тому предметом дослідження має виступати специфіка, закономірності співіснування

текстів художньої та мас-медійної словесності в контексті словесності Нового і новітнього часу; ціннісні способи сутнісного розрізнення інтенцій словесної свідомості художньої та мас-медійної словесності; принципи та тенденції формування естетичної реальності словесності; особливості відображення визначальних культурно-естетичних явищ та провідних ідей перехідної епохи в субстанційно різних творах словесності.

Проблема розширення феномена літератури в Новий і особливо новітній час – це актуальна та об'єктивна проблема розпаду попередньої системи жанрів, стилів, особливостей поетик та становлення того, що вже прийнято традиційно позначати як ансамбль текстів нової словесної культури. Так, М. Бахтін, Ю. Лотман, Д. Лихачов, В. Тюпа, І. Силантьєв, Я. Мукаржовський, Ж. Полан, М. Бланшо, У. Тодд, Ж. Женетт, А. Компаньйон та інші, торкаючись питання словесності Нового часу, зазначають, що в ній споконвічно відбулося, по-перше, розмежування таких значущих для визначення сутності літератури понять, як художність та літературність, по-друге, активна, постійна динамічна проблематизація поняття «художня література».

Одним з явищ, що є одночасно і наслідком, і причиною подібного стану речей, виявляється не просто існування, а активний розвиток такого типу літератури, який дослідники традиційно об'єднують у єдиний тип нехудожніх текстів. Як зазначає І. Силантьєв, наслідуючи логіку наукових міркувань М. Бахтіна, Ю. Лотмана, С. Аверинцева, на цей тип текстів розповсюджується дія літературного начала, «тією мірою, в якій ці тексти підкоряються законам жанрової організації» [4, с. 61], при цьому жанр та жанрове мислення розуміється саме в широкій бахтінській традиції. До єдиного семантичного простору нехудожньої словесності, яка генетично пов'язана із синкретизмом, традиціоналізмом середньовічної словесної культури, належать вкрай різноманітні за своїми властивостями та функціями літератури: культова, обрядова, повсякденна, ділова, політична, наукова, публіцистична, мемуарна, епістолярна, газетна, рекламна, література вуличних вивісок, тобто ті літератури, де провідним, на відміну від художньої літератури, виступає функціональність, «корисність», знижена естетичність.

Таким чином, науковці дійсно чітко, логічно послідовно та обґрунтовано, перш за все, за формально-значеннєвими та формально-функціональними ознаками, визначають та розводять два провідних для новоєвропейського культурного мислення типи літератури: художній і нехудожній. При цьому постійно підкреслюється та вмотивовується низкою прикладів, по-перше, рухливий характер межі між художнім та нехудожнім типами літератури, по-друге, що особливо в Новий й новітній час, за думкою Ю. Лотмана, «існування художніх текстів має на увазі одночасну наявність нехудожніх і те, що колектив, який ними користується, вміє проводити різницю між ними» [3, с. 21].

Із таким підходом важко не погодитися тому, що будь-який реципієнт, в тому числі й наш сучасник, як повноправний представник хоча й складної, проте рідної, природної йому культури межі ХХ – ХХІ

століть, навряд ототожнює або принципово плутає художній текст (наприклад, Діккенса, Гюго, Шевченка, Франка, Пушкіна, Толстого, так само й Сорокіна, Шевчука) з газетним репортажем, телевізійним інтерв'ю, реальним шоу, спогадами громадського діяча, політичною, комерційною рекламою, політичною промовою лідерів партій, піар-акцією, текстом наукової доповіді, договором про оренду будівлі і т.д. Хоча людина нашої повсякденності і може сплутати реальне шоу, серіал, виставу, актуалізувавши це все щодо видовищності, розважальності, певної повчальності, проте це – проблема наочно межових явищ словесності, що існують в будь-якій словесно-культурній ситуації. І проблема зараз їх не стосується [докладніше про це див. 5].

Однак, коли ми будемо дотримуватися цієї логіки, то нехудожній тип текстів буде представлятися (що й відбувається у більшості досліджень, спрямованих на з'ясування буття словесності в Новий і новітній час) як щось невизначено-аморфне. Він трактується як неподільний, цільний тип словесності найперше тому, що об'єднується та узагальнюється лише єдино можливим чинником – літературністю, що здійснюється насамперед через розвинену жанрову систему (І. Силантьєв). І тоді, з одного боку, дійсно між художньою літературою та масовою комунікацією, що активно продукує власний, мас-медійний, тип тексту, не може бути нічого субстанціально, а не формально-структурно, формально-змістовно з'єднуючого. А з іншого боку, текст юридичний, діловий, історичний, суто політичний, газетний, мемуарний, публіцистичний, медичний, рекламний будуть становити знов-таки єдиний аморфно-невизначений семантичний простір, в якому немає й не може бути сутнісна семантичних, ідейних підстав для диференціації цих наочно різних типів нехудожньої літератури. Вони будуть існувати лише як «маса інших (у Ю. Лотмана в оригіналі російською мовою це жорсткіше та простіше – *остальных*) текстів» [3, с. 21], що існують поряд із художніми типами текстів у загальній системі культури. І простір словесності, який зсередини продукує, складним чином здійснює, розвиває різні типи літератури, знов актуалізується, по-перше, лише загальним культурним мисленням, специфікою його історико-естетичного руху; по-друге, виключно «художньоцентричним» критерієм, який буде панувати та задавати ціннісну систему координат.

При цьому вже очевидно, що мас-медійний тип словесності зараз, на межі ХХ – ХХІ ст., безперечно є внутрішньо самостійним усталеним явищем, що, по-перше, не може розглядатися як щось розчинене в загальному просторі нехудожнього типу словесності. В такому випадку насамперед неможливо говорити про цілісність самої мас-медійної словесності, коли новини, замітка або звіт, інтерв'ю, наприклад, нічого не будуть мати загального з нарисом, памфлетом, есе, фейлетоном, а інтерв'ю телевізійне не буде нічого «відати» про радіоінтерв'ю чи інтерв'ю, друковане у пресі, телевізійна реклама не буде «знати» про газетний рекламний текст, а зображальний рекламний текст не буде «знатися» зі своїм же власним радіоваріантом чи телеваріантом тощо.

По-друге, рівною мірою не можна й визнати, що мас-медійний тип словесності привноситься ззовні, з'являється раптом у семантичному просторі словесності Нового часу, починаючи активно, як агресор, втручатися у традиційний, поетичний, власне художній тип словесності й установлювати зовсім інші норми, закономірності, форми і щодо художнього типу словесності, і щодо словесності взагалі. Адже і сама художня словесність, особливо XIX – XX ст., постійно прагне до емпіричної реальності, відчуває потребу в натуралізмі, подоланні «літературності», постійно зіштовхується з небезпекою розчинення в дійсності, втрати таких засад, що конституують художнє й естетичне, трансформації в мас-медійний тип словесності. Зрештою, все це багато в чому й приводить до відчуття тривалої й глибокої кризи художньої словесності й мистецтва взагалі. І таке ставлення до словесності наполегливо підштовхує до висновків про глобальний та непереборний занепад, навіть загибель художньої словесності, а щодо мас-медійної словесності – то до думки про її своєрідну словесну «бездомність».

По-третє, вже очевидно, що мас-медійний тип словесності дійшов то такого розвитку, коли неодмінно потребує серйозного системного, послідовно багатовекторного обґрунтування власних, ні до чого незвідних внутрішніх засад, якостей, функцій, меж, які відрізняють його і від художнього типу, і від інших нехудожніх типів словесності. Саме це й стало предметом спеціального обговорення науковцями, фахівцями з журналістики, масової комунікації, на сторінках № 2 «Вестника Московского университета. Серия 10 Журналистика» за 2005 р. При цьому було чітко сформульована та вмотивована ще одна з провідних проблем мас-медійної словесності: визначити та обґрунтувати внутрішню єдність її різноманітних виявів – друкованого, електронного, аудіального, інтернетного і т.д.

Крім того, виходячи з суто літературознавчої логіки, спрямованої на занадто загальне диференціювання двох типів літератур – художню й нехудожню, – домінуючою все ж таки залишиться одвічно аксіологічна маркована бінарна опозиція художня література/нехудожня література. Художня література, з притаманною їй словесною свідомістю та самосвідомістю, які пройшли тривалий та ґрунтовний шлях розвитку, мають складну, добре розроблену традицію осмислення, буде домінувати та вимагати включити нехудожній тип літератур у простір літературознавства лише на підставах загальної літературності та занадто апріорної, не завжди доречної та дійсної позбавленості естетичного начала. Саме це й відбувається в сучасному літературознавстві, яке прагне залучити всі тексти до своєї сфери (дослідження Ж. Полана, М. Бланшо, П. де Мана, Р. Барта, У. Еко, У. Тодда, Ж. Женетт, А. Компаньйона, Ю. Кристевой, Ю. Лотмана, В. Тюпа, І. Силантьєва).

Але цей процес свідчить насамперед і про те, що, з одного боку, відбувається справжнє введення нехудожнього типу текстів у широке коло наукових розвідок. І це є позитивним та продуктивним насамперед для самого літературознавства, його певного повернення до одного з

первісних, Цицеронівського, тлумачень словесності. На цьому наполягають багато дослідників, особливо представників структурно-семіотичних підходів, зазначаючи, що подолання розриву між художнім та нехудожнім типом текстів є актуальним завданням літературознавства. А з іншого боку, залучення складної сутності новоєвропейської словесності лише у сферу зацікавлень та підходів суто літературознавства приведе до певного нівелювання складної, принципово неоднозначної, такої, що не підкоряється лише чиннику літературності, нехудожності, сутності самих нехудожніх текстів. І тут потрібен насамперед граничний підхід, який би враховував особливості мас-медійного типу словесності.

До того ж літературність, принцип функціональності та «корисності» дедалі більше будуть формалізуватися, перетворюватися на застиглий канон, не дозволяючи на семантичному й естетичному рівнях субстанціально, а не формально-структурно, формально-змістовно, суб'єктивно аксіологічно розмежувати, сутнісно відрізнити, наприклад, пам'ятку про вживання ліків або засіб використання явищ інтимної гігієни (один із провідних жанрів медичної літератури), статтю у підручнику або енциклопедії (провідний жанр навчально-методичної, наукової літератури), нарис про сучасника (один із провідних жанрів, який наука про журналістику традиційно відносить до художньо-публіцистичних, а літературознавство визначає як «нехудожній», що в поворотні моменти літературного розвитку виявляється провідним художнім жанром» [3, с. 21]), сюжетно-образний текст реклами туші для вій у жіночому журналі (популярний жанровий різновид мас-медійного типу тексту), статтю-роздум про наболіле (активно використаний жанровий різновид піар-тексту в передвиборчих кампаніях).

Проте саме з художнім типом словесності активно та наполегливо взаємодіє, на відміну від юридичного, ділового, медичного, наукового, тип тексту, що породжується масовою комунікацією. І про це свідчать різноманітні приклади: від наочно межових, таких як той же, вже неодноразово згаданий жанр нариса або есе, а також роману-фейлетону; чи популярних та розповсюджених героїв детективних творів (як традиційних друкованих, так само й електронних), які за принципом періодичної, газетно-журнальної природи об'єднують різні тексти в єдиний цикл письменницьких оповідань, романів або телевізійних серіалів, до тих, що явно репрезентують масову комунікацію, наприклад, бігборди та плакати з політичними лідерами, які є відверто образними, естетично-символічними, а іноді претендують на художність. І це вже доведено в ряді наукових досліджень і з теорії літератури, і з масової комунікації, які зосередили свою увагу на складній семіотичній природі цього типу текстів. Не кажучи вже про різні рекламні тексти і у глянцевих журналах, і на телебаченні, і в Інтернеті, які чимраз більше демонструють образно-символічне начало;

інтерв'ю, які все частіше будуються за жанровими та стильовими ознаками епічних творів, а то й на поєднанні (особливо на телебаченні) епічно-драматичних засад; політичні кампанії, які теж вибудовуються за складним характером та принципами існування драматичного; ток-шоу, реальні шоу, які також тяжіють до драматичного [Докладніше про це див. 5-7].

Як відомо, текст, який «функціонує естетично, виступає як текст підвищеного, а не зниженого, по відношенню до нехудожніх текстів, семантичного навантаження. Він значить більше, а не менше, ніж звичайна мова» [3, с. 21], саме «художнє функціонування породжує не текст, що «очищений» від значень, а, навпаки, текст, який максимально переобтяжений значеннями» [3, с. 22]). І мас-медійний тип тексту, як жодний інший з нехудожнього типу текстів, активно використовує естетичне начало та естетичні якості, бо він споконвічно неоднозначний, створює на різних щаблях свого існування та здійснює багатозначність, що репрезентується й мовними, й візуальними, й аудіальними, й поступово комплексними засобами. Наприклад, навіть замітка або стаття в щоденній газеті постійно використовує різні соціолекти (Р. Барт), гру шрифтів, зображень (малюнки, фотографії, колажі), що репрезентують принципово відмінну від щоденної та від інших типів нехудожньої словесності систему значень.

Мас-медійний тип тексту поступово, повільно, проте неухильно виробляє та розвиває власну естетичність, що пов'язана з естетичністю художнього типу літератури, зазнає взаємовпливів, проте принципово не дорівнює їй. Ці самі тенденції, що свідчать про естетичне функціонування у площині суто мас-медійного типу текстів, були визначені ще чверть століття тому в ряді праць відомого спеціаліста з питань теорії та практики журналістики М. Барманкулова та в дисертаційній роботі Л. Кіяниці [2], безпосередньо присвяченій проблемі формування художнього образу в документальному телефільмі. А потім вони стали предметом наукових досліджень як філологів, так і спеціалістів із журналістики, масової комунікації (зокрема, праці А. Казіна, В. Шкляра, Н. Сидоренко, Ю. Шаповал, Г. Почепцова, Е. Сомової).

Виходячи з цієї логіки, вкрай потрібно диференціювати різні типи нехудожньої літератури не стільки за формально-значеннєвими ознаками, що призведе до безпідставно поверхового трактування сутності словесності, скільки за стратегічно визначальними – субстанціально-смісловими якостями. Перш за все – на підставі їхньої здатності створювати з іншими типами, перш за все й художнім типом, літератури міцну та тривалу, таку, що постійно розвивається, єдність, яка однаковою мірою може виявитися і через наочно межові явища, і через те, що займає маргінальне становище щодо художності та



естетичності, утворюючи граничні явища з іншими типами нехудожньої словесності.

Саме такий підхід дає підстави зробити висновок про те, що насамперед тексти масової комунікації активно та наполегливо утворюють складну цілісність словесності Нового і новітнього часу, чого не можна сказати, наприклад, про художній тип літератури і юридичний, діловий, медичний, культовий. І одним із наочних доказів є те, що текст, наприклад пам'ятки про вживання ліків, не потребує ігрової, образно-естетичної представленості, а вже текст реклами цих самих ліків, як правило, набуває художньо-образну, а точніше, естетичну форму. Або політична публічна промова політичного лідера не має вочевидь художньо-образної форми (зараз не йдеться про традиційні риторичні прийоми), а піар, реклама цих лідерів, теж, як правило, вибудовуються за загально естетичними настановами, за жанровими (вже можна стверджувати) й структурно-композиційними законами драматичного й естетичного твору, а не лише суто піарівського, керованого законами та чинниками психології, соціології, політекономії.

Журналізм або мас-медійність а в рівній мірі й художність, у цілісності словесності виділяється не лише і, навіть не стільки, в типах жанрів, стилів, скільки і, мабуть, насамперед у типі загальнопоетичних, структурно-композиційних особливостей; специфіці загальноестетичної організації й сутності твору. І коли жанрово-стильові засади та якості прояснюють наочну відмінність художнього типу словесності від мас-медійного (наприклад, навіть традиційно хрестоматійні межові явища нарису, есе), то особливості саме словесної свідомості, які відбиваються в типах текстуальних стратегій та специфіці творів, виявляють загальне та відмінне в глибинах, нюансах загальної єдиної словесної свідомості, що уможлиблює себе через співіснування, взаємодію різних своїх типів. Утім саме тут виникає коло концептуальних питань, пов'язане саме з виникненням принципово нової словесної свідомості, що реалізується через нову систему жанрів та стилів, на початку Нового часу.

Дослідження основних аспектів співвідношення текстів художньої літератури і масової комунікації в контексті цілісності словесності Нового і новітнього часу виявляє принципово нові моменти як буття самої словесності, так і реального руху культури. Ці моменти зумовлені насамперед кардинальними зламами всередині словесно-культурної свідомості початку Нового часу, які, зокрема, виявляються не лише в ряді принципових трансформацій усередині поетичної свідомості та її форм (як на цьому наполягає більшість дослідників), але й у появі, швидкій легітимації якісно нового типу словесності. Цим якісно новим типом словесності є словесність масової комунікації (або як її визначали в XVII–XIX ст., – словесність журнальна, журналізм), яка споконвічно займає особливе положення і щодо художнього типу словесності, і щодо

інших нехудожніх типів літературі. Мас-медійна словесність фактично відразу починає сприйматися як щось зовсім інше стосовно словесності художньої, однак неподільно з нею взаємопов'язане. Споконвічне відчуття іншості журнальної словесності – це відчуття грандіозного перевороту, що здійснився в культурі й особливо в одному з її провідних виявів: словесності. Словесність Нового, а потім й новітнього часу є тим семантичним простором, що пропускає через себе, концентрує в собі й знаходить адекватні форми й способи втілення, існування світу, коли *Великий Ланцюг Буття*, що уособлював Середньовіччя, порвався, й на зміну йому прийшли історія, сучасність, а також людина, світ, які усвідомлено приймають і по-різному відображають рух у часі.

Відштовхуючись від цих підстав та логіки трактування сутності словесної культури Нового і новітнього часу, неможливо тлумачити явище мас-медійного тексту як явище, що безперечно й повністю належить простору логоцентричності. Словесність Нового і новітнього часу – це словесність, що здійснюється через художній і мас-медійний типи словесності, які споконвіку генетично й субстанціально відмінні, однак рівнозначні. Кожен тип словесності реалізує власну словесну свідомість і притаманні їй форми, що й уможливлють цілісне буття словесності. За свою сутність ці типи словесності характеризуються такими типами слова: Слово-Логос, яке знає, постійно пам'ятає, що воно – *наскрізна значеннева впорядкованість буття й свідомості* (С. Аверинцев), онтологічне за своєю природою. І, за аналогією, слово історії, факту, тобто слово суто сучасного та повсякденного простору життєдіяльності, коли *нескінченно вислизає обітована першооснова* (М. Фуко).

Проте це аж ніяк не означає, що мас-медійний тип тексту другорядний або нерозвинений щодо художнього типу тексту. Є такі загальнозначущі, навіть константні явища, норми, закономірності буття словесності, що не можуть бути скасовані або навіть нівельовані ознакою художність / нехудожність, вербальноцентричність / ансамбль знаків. Проблема полягає насамперед у типі та субстанціальних принципах існування сенсу, коли провідними є загальні закономірності розвитку культурної свідомості, що знаходить втілення в різних типах практик. Невипадково на сучасному етапі розвитку гуманітарного знання дедалі більш значущою стає компаративістика, яка актуалізує зіставлення, дослідження не лише різних за часом та простором, національно-етнічною ознакою літератур, а й зіставлення, дослідження різних сфер та практик, наприклад живопису та літератури, музики та літератури, кінотекстів та літератури. І те, що виявляється в результаті подібного роду наукових розвідок, свідчить про дійсне існування загального простору культури, актуальні типологічні зв'язки, впливи, взаємовпливи, які зазнають та створюють різні типи практик. Виключати з цього процесу тексти масової комунікації – означає

виключати їх із єдиного простору культури, необґрунтовано виокремлювати з природного для них загальнословесного простору, позбавляючи тим самим основ, засад та перспектив існування. Отже, тексти художньої літератури та тексти масової комунікації потрібно зіставляти та розглядати у просторі цілісності словесності.

1. *Горегляд В.Н.* Японская литература VIII – XVI вв. Начало и развитие традиции. – СПб.: Петербургское востоковедение, 2001.
2. *Кияница Л.А.* Проблема формирования художественного образа в документальном телефильме: Автореф. дис. ... филол. наук: 09.00.04 / Моск. гос. универ. – М., 1971.
3. *Лотман Ю.М.* О содержании и структуре понятия "художественная литература" // Проблемы поэтики и истории литературы. – Саранск, 1973. – С. 20-36.
4. *Силантьев И.В.* "Ансамбли" текстов в словесной культуре Нового времени. // Дискурс. – 1996. – № 1. – С.61-66.
5. *Шестакова Э.Г.* Теоретические аспекты соотношения текстов художественной литературы и массовой коммуникации: специфика эстетической реальности словесности Нового времени. – Донецк: НОРД-ПРЕСС, 2005.
6. *Шестакова Е.Г.* Ріаліті-шоу як еквівалент давніх ритуалів покарання й страти: до проблеми активізації загальнокультурних проблем. // Вісник Луганського національного педагогічного університету ім. Тараса Шевченка. Філологічні науки. – 2007. – липень № 2 (119). – С.183-190.
7. *Шестакова Е. Г.* Основні стратегії влади та їхня реалізація у реаліті-шоу // Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку. – Черкаси, 2007. – С.132-137.

### Summary

The substantiation of integral being of literature of new and the newest time is offered in the article. Thereupon the following idea is suggested and motivated: the integrity of new European literature reveals and realizes itself through an active, permanent, complex, multivector coexistence of fundamentally independent and valuable types of literature – traditional, deep-rooted in culture – artistic, and such which became legitimate and fast developed only since the 17<sup>th</sup> century, – mass-media.

**Key words:** literature, communication, texts, type of verbal-aesthetic consciousness, mass communication, fiction.

Стаття надійшла до редколегії 26.02.2007