

УДК 316.77 : 82

**О. Л. Біличенко**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, Донбаський державний педагогічний університет, м. Слов'янськ

## **ЛИТЕРАТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ ЗАГАЛЬНОЇ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Досліджено особливості соціокомунікаційного підходу до проблем художньої літератури та літературної комунікації. Доведено, що визначення літератури як сукупності архетекстів є занадто обмеженим змістовно й пізнавально, що внеможливіє зрозуміти її феномен, оскільки застосовується до відносно обмеженої кількості творів і не охоплює значної кількості форм та функцій «маси письменства», яке формує літературну культуру окремих епох; не зважає на різноманітні змішані й межові явища, на т. зв. друго- і третьорядну літературу, спрямовану на читачів з обмеженою компетенцією, потребами й несформованим естетичним смаком.

**Ключові слова:** *соціальні комунікації, художня література.*

**О. Л. Беличенко**, доктор наук по социальным коммуникациям, доцент, Донбасский государственный педагогический университет, г. Славянск

## **ЛИТЕРАТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Исследованы особенности социокоммуникационного подхода к проблемам художественной литературы и литературной коммуникации. Доказано, что определение литературы как совокупности архетекстов является слишком узким содержательно и познавательно, что не дает возможности осмыслить ее феномен в широком понимании, поскольку применяется к относительно ограниченному количеству произведений и не охватывает значительного количества форм и функций «объема произведений», который формирует литературную культуру отдельных эпох; не учитывает разнообразные смешанные и пограничные явления, так называемую второ-, и третьеразрядную литературу, рассчитанную на читателей с ограниченной компетенцией, требованиями и несформированным эстетическим вкусом.

**Ключевые слова:** *социальные коммуникации, художественная литература.*

**O. L. Bilychenko**, Doctor of Science in Social Communications, Donbass State Pedagogical University, Sloviansk

## **LITERARY COMMUNICATION AS AN OBJECT OF GENERAL THEORY OF SOCIAL COMMUNICATIONS**

The article investigates the features of social and communicative approach to the problems of fiction and literary communication. The author proves that definition of literature as the whole of architexts is substantially and informatively too narrow that doesn't enable to comprehend its phenomenon in a wide sense as it is applied to quite limited quantity of works and does not cover significant amount of form and functions of "the volume of works" which forms literary culture of different eras. It does not consider various mixed and boundary phenomena, the so-called second- and the third-rate literature intended for the readers with limited competence, requirements and unshaped aesthetic taste.

**Key words:** *social communication, literature fiction.*

**Постановка проблеми.** Визначення літератури як сукупності архетекстів є надто вузьким змістовно й пізнавально, що не надає змоги досягнути її феномен у широкому розумінні, оскільки застосовується до відносно обмеженої кількості творів і не охоплює значної кількості форм та функцій «маси письменства», яке формує літературну культуру окремих епох. Воно не враховує різноманітні змішані й межові явища, не зважає на так звану другорядну літературу, спрямовану на читачів з обмеженою компетенцією, потребами й неформованим естетичним смаком.

Читач, сприймаючи та інтерпретуючи текст, долучається до «великого діалогу» культур. У цьому разі комунікативний процес — це пізнання художнього світу письменника, діалог із його ціннісними смислами, усвідомлення його світовідчуття. Текст є текстом культури, в якому відбувається в цьому просторі культури. Читач досягає духовну атмосферу культурної епохи й авторську модель світу.

Проте, на нашу думку, відповідно до схеми комунікативного зв'язку, не враховано того, що в реальності ці відносини не обмежуються трьома етапами і мають зв'язки в сучасності й минулому довіді літератури.

**Останні дослідження та публікації.** Особливу значущість означена проблема набуває в ситуації інтенсивної зміни текстів культури, яка була осмислена Ю. Лотманом як когнітивно-інформаційна метаморфоза диверсифікації та подрібнення семіотичного коду культури і відбилася в певних пов'язаних між собою когнітивних механізмах (трансформаціях) [5].

В. Ільганаєва зазначила, що багатоманітність об'єктів, які взаємодіють, створює складні системи: структурні, функціональні, координаційні, каналні, змістовно-сміслові прояви, схеми та рівні, що зумовлюють різноманітність і утворюють численні об'єктно-предметні поля досліджень [7, с. 117].

Сучасні теоретики, зокрема В. Буряк, по-новому розглядають такі поняття, як «літературна комунікація», «художній твір», «текст», «читач», «оповідач». В основі більшості сучасних досліджень — естетика Г. Ортеги-і-Гассета, яка започаткувала т. зв. теорію уявності літературної комунікації і розуміння читання як співчуття творові художньої літератури [6].

Оскільки літературна комунікація є складовою соціальної комунікаційної системи, то літературно-критичні висловлювання, що розуміються як комунікативні дії, завжди стають залежними від певних політичних, економічних, соціальних і культурних умов, що визначає їх актуальність.

**Мета** статті — переконати, що саме методами соціальних комунікацій можна простежити наявність прямих і зворотних зв'язків у підсистемі «художня література», довівши, що продукт творчості письменника може бути водночас як носієм інформації, так і твором художньої літератури.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У процесі літературної комунікації виокремлюють певні етапи: передкомунікативний, комунікативний і посткомунікативний.

На першому етапі комунікації здійснюється підготовка до сприймання тексту: читач налаштовується, концентрує увагу, активізуються різні типи мислення й уяви. Реципієнт занурюється у свої думки, почуття, спогади. Про готовність особистості до комунікації свідчать самосвідомість і рефлексія.

Комунікативний етап починається з читання тексту. Відбувається первинне ознайомлення зі світом автора. У процесі читання здійснюється взаємозв'язок між експресією й імпресією, емоціями і когнітивною діяльністю. Читацьку реакцію багато в чому прогнозує письменник, що стає передумовою естетичного сприймання.

Для другого етапу важливою є рецептивно-емоційний аспект комунікації. З обміну емоціями, враженнями й думками починається майбутній діалог, який і буде третім етапом комунікації.

У визначеннях літературної комунікації не чітко розрізняють поняття «текст» і «твір», у ній наявний не твір художньої літератури, а текст, тому що у відносинах «текст — читач» немає зворотного зв'язку, умови читацької оцінки тексту.

Художня література долучена до такої складної системи зв'язків з різними сферами людської діяльності, насамперед з художньою та комунікаційною: людська діяльність — комунікаційна діяльність (література) — художній твір. Словесна художня діяльність як вид художньої діяльності відтворюється, фіксується в художній літературі — одному з каналів комунікації.

Для кожного рівня інформаційної взаємодії характерні специфічні концепції інформації, різні підходи до їх наукового опису. Інформаційна взаємодія може розглядатися як різновид соціально-комунікаційної взаємодії, що здійснюється через систему передачі повідомлень. У контексті теми статті — це художні образи та використання художньої літератури як соціокомунікаційного каналу. Інформаційна взаємодія передбачає джерело інформації (адресант), реципієнта інформації (адресат), засоби передачі, відомості, що цілеспрямовано передаються.

Літературна комунікація — це здійснення інтелектуально-творчого взаємозв'язку автора і реципієнта, передача останньому ху-

дожньої інформації, яка містить певне ставлення до світу, художню концепцію, сталі ціннісні орієнтири.

У процесі літературної комунікації в адресанта виникають три типи відносин: автор — дійсність; автор — реципієнт; автор — художній процес.

Текст літературно-художнього твору як феномен соціальних комунікацій і генератор знання має потужний інформаційний потенціал та відтворює взаємодію двох просторів — літературної культури й культури. Дослідження світу певної культури або субкультури як сукупності ціннісних орієнтацій і як способу людської поведінки в різних комунікаційних ситуаціях може здійснитися через звернення до літературних текстів, які репрезентують існування людини за допомогою мови літературної комунікації.

У процесі функціонування літературний текст набуває багатозначності, відтворюючи нові контексти повсякденної інтерсвідомості. Нові тексти, так само як і нові значення «старих», будучи включеними в циклічність смислів у культурі й підкорюючись її енергії, сприяють оновленню міжкультурної «мозаїки» знань і розширенню гіпертекстового простору культури.

У цьому контексті категорія комунікаційної діяльності в художньому розумінні є однією з найвиразніших категорій, яка значною мірою визначає соціум з інформаційної точки зору. Її різноманітні форми репрезентують свій інформаційний та енергетичний потенціал на рівні як жанрового «образу» текстів літературної культури, так і їхніх сюжетів та мотивів.

За цих умов межі між різними формами комунікаційної діяльності, які взаємно доповнюють одна одну, в текстах художньої літератури, як і в реальній дійсності, не існує. Проте за наявності інших форм переважає завжди одна з них, що надає змоги на теоретичному рівні розглядати комунікаційну діяльність у вигляді діалогічної, а тексти літературної культури співвідносити з певним типом комунікаційної ситуації або жанром інформаційного повідомлення в системі літературної комунікації.

Складовою системи літературної комунікації є літературна критика, яка пов'язана зі сферою розподілення, оскільки як інстанція, що опосередковує комунікацію автора і реципієнта, вона повинна зважати на принципову доступність читачам тих літературних текстів, які є об'єктом критики.

Підкреслюючи складність нинішніх процесів трансформації системи комунікації, що вплинули на зміни в літературному просторі, зазначимо, що головним результатом було значне розширення літературного комунікаційного простору, зникнення меж між офіційною

та неофіційною сферами літературної комунікації, відповідно — знищення монополії критики у визначенні меж і змістовного наповнення літературного процесу.

Зазначимо, що в інформаційному суспільстві об'єктивно змінюється значення знаків і систем, що їх утворюють. Літературна комунікація реінтерпретує дійсність, і достатньо часто саме вона стає визначальним елементом для масової свідомості.

Літературна комунікація має одну цікаву властивість: для звичайних видів зв'язку характерні тільки два типи відносин: повідомлення на вході й виході каналу зв'язку — збіг або незбіг. Незбіг — помилка — виникає внаслідок різноманітних обставин, які перешкоджають передачі.

Між розумінням і нерозумінням художнього тексту існує достатньо велика проміжна сфера. Відмінність у тлумаченні творів мистецтва — явище звичайне, органічно притаманне мистецтву. Саме із цією властивістю пов'язана здатність мистецтва контактувати з читачем та надавати йому саме ту інформацію, якої він потребує і до сприйняття якої підготовлений.

Той самий текст може на різних рівнях мати різні коди. Для здійснення акту літературної комунікації необхідно, щоб коди автора і читача утворювали численні структурні елементи, які перетинаються для того, щоб читачеві була зрозумілою природна мова, якою написано текст.

У схемі «літературна комунікація» наявний не художній твір, а текст. Відбувається це саме тому, що у відносинах «текст — читач» немає зворотного зв'язку, оскільки в них закладена умова читацької оцінки тексту. Це передбачає іншу схему, в якій текст замінено на твір, що має рівноправність. Наявність прямого і зворотного зв'язку в цій системі свідчить про те, що продукт творчості, будучи носієм інформації, стає художнім твором. Створення художнього тексту й подальше сприймання його реципієнтом є передачею художньої інформації.

Сприймання твору літератури — важливий елемент літературної комунікації. Вона здійснюється через розуміння смислу художнього твору, його прочитання в контексті епохи, історії, соціальної реальності, художньої культури, суспільної думки. Цей аспект літературної комунікації передбачає розуміння: історичної реальності, яка зображена автором; реальності, сучасної реципієнтові; автора, його особистості; суті того, що він хотів сказати, і того, що він сказав; смислу тексту художнього твору; духу культури, яка відображена в тексті, художньої концепції твору.

Літературна комунікація містить сприймання не тільки смислу художнього твору, але і його цінності, яка розкриває себе як значення твору для людства. Вона розглядається як спілкування в системі «текст — читач», а текст представлений як подія, що відбувається. Соціокомунікаційний підхід визначає текст як знакову систему — конструкцію літературного твору.

Мова літературної комунікації, таким чином, може бути визначена як мова створення, фіксації, збереження й засвоєння текстів літературної культури суб'єктами соціальної комунікації в соціальних просторі й часі.

Із позицій соціокомунікативістики текст художньої літератури може розглядатися як знакове оформлення комунікаційної ситуації між Автором і Читачем. Літературний текст потенційно містить різноманітні аспекти соціальної інформації, а саме: соціокультурне середовище — письменник, письменник — текст, текст — текст, письменник — літературні герої, літературні герої — літературні герої, літературні герої — читач, текст — читач, письменник — читач, читач — читач, читач — соціокультурне середовище.

Ефективність літературної комунікації з позицій загальної теорії соціальних комунікацій визначається наявністю в автора і реципієнта певної спільної системи образів — асоціації, яка надає змоги твору літератури зберігати своє конвенційно-інформативне значення. Вона створюється реальністю, належить до асоціативного фонду суспільства, культури. І автор, котрий створює асоціативний образ, і суб'єкт, який його сприймає, в акті літературної комунікації основиються на спільному соціально-комунікаційному фонді. Саме тому літературна комунікація є ефективною, забезпечує комунікаційний зв'язок між автором і його аудиторією.

**Висновки.** Таким чином, розгляд літератури та соціальних комунікацій як сторін одного явища, що формує інформаційний контекст існування суспільства загалом і конкретної людини зокрема, — це новий погляд на соціально-комунікаційну природу літератури, що відбиває формування теоретико-методологічних засад інтеграційного погляду на феномен художньої літератури як комунікаційного каналу.

### Список використаних джерел

1. Бахтин М. М. Автор и герой в эстетической деятельности / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. — М., 1979. — С. 9–191.
2. Буряк В. Д. Комунікація і текстовий дискурс / В. Д. Буряк // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — 2010. — № 3. — С. 4–7.
3. Буряк В. Д. Поетика інформаційно-художньої свідомості [Еволюція форм і методів вираження інформації (факту) в контексті інтелектуалізації творчої свідомості].

- мости] : монографія / Володимир Дмитрович Буряк. — Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетров. ун-ту, 2001. — 392 с.
4. Дубин Б. В. Интеллектуальные группы и символические формы : Очерки социологии современной культуры / Б. В. Дубин. — М. : Новое издательство, 2004. — 352 с.
  5. Лотман Ю. М. Структура художественного текста / Юрий Михайлович Лотман. — М. : Наука, 1970. — 271 с.
  6. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры / Х. Ортега-и-Гассет. — М. : Искусство, 1991. — 588 с.
  7. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / сост. В. А. Ильганаева. — Харьков : КП «Городская типография», 2009. — 392 с.

### References

1. Bakhtin M. M. Avtor i geroy v esteticheskoy deyatelnosti / M. M. Bakhtin // Estetika slovesnogo tvorchestva / M. M. Bakhtin. — M., 1979. — S. 9–191.
2. Buriak V. D. Komunikatsiia i tekstovyi dyskurs / V. D. Buriak // Derzhava ta rehiony. Seriya : Sotsialni komunikatsii. — 2010. — № 3. — S. 4 — 7.
3. Buriak V. D. Poetyka informatsiino-khudozhnoi svidomosti [Evoliutsiia form i metodiv vyrazhennia informatsii (faktu) v konteksti intelektualizatsii tvorchoi svidomosti] : monohrafiia / Volodymyr Dmytrovych Buriak. — Dnipropetrovsk : Vyd-vo Dnipropetrov. un-tu, 2001. — 392 s.
4. Dubin B. V. Intellektualnyye gruppy i simvolicheskiye formy : Ocherki sotsiologii sovremennoy kultury / B. V. Dubin. — M. : Novoye izdatelstvo, 2004. — 352 s.
5. Lotman Yu. M. Struktura khudozhestvennogo teksta / Yuriy Mikhaylovich Lotman. — M. : Nauka, 1970. — 271 s.
6. Ortega y Gasset José. Estetika. Filosofiya kultury / José Ortega y Gasset. — M. : Iskusstvo, 1991. — 588 s.
7. Sotsialnye kommunikatsii (teoriya, metodologiya, deyatelnost) : slovar — spravochnik / sost. V. A. Ilganaeva. — Kh. : KP «Gorodskaya tipografiya», 2009. — 392 s.

UDC 316.77 : 82

## LITERARY COMMUNICATION AS AN OBJECT OF GENERAL THEORY OF SOCIAL COMMUNICATIONS

**Bilychenko O. L.**, Doctor of Science in Social Communications, Associate Professor of the Department of General and Russian Linguistics and the Theory and History of Literature, Head of the Department of the Ukrainian Language and Literature, Donbass State Pedagogical University, Sloviansk

Olgabelichenko64@mail.ru

**The aim.** The article investigates the features of social and communicative approach to the problems of fiction and literary communication.

**Research methodology.** Communicative approach to the cognition of the art world of the writer, a dialogue with its valuable senses, awareness of its attitude is applied. A text is considered as a text of culture and dialogue is carried out in this culture space.

**Results.** The author proves that definition of literature as the whole of architexts is substantially and informatively too narrow that doesn't enable to comprehend its phenomenon in a wide sense as it is applied to quite limited quantity of works and does not cover significant amount of forms and functions of "the volume of works" which form literary culture of different eras. It does not consider various mixed and boundary phenomena, the so-called second- and the third-rate literature intended for the readers with limited competence, requirements and unshaped aesthetic taste.

**The practical significance.** The author considers that the study of literature and social communications as the aspects of one phenomenon that form information context of existence of society in general and the specific person in particular is a new view on the social and communication nature of literature that reflects formation of theoretical and methodological bases of an integrative view on the phenomenon of fiction as a communication channel.

**Novelty lies in the fact that the problem raised by the author does not often become the subject of scientific studies.**

**Key words:** *social communication, literature fiction.*

Надійшла до редколегії 04.03.2015 р.