

УДК 82-91.09



Ольга Біличенко,
доцент кафедри ЗРМ і ТІЛ Донбаського
державного педагогічного університету

Література для еліти і масова аудиторія в сучасному соціально-комунікаційному просторі

У статті розглядаються теоретичні питання взаємодії літератури для еліти та масової літератури. Автор наголошує, що масова література та література для еліти займають важливе місце в соціально-комунікаційному просторі сучасності.

Ключові слова: масова література, елітарна література, соціально-комунікаційний простір.

Постановка проблеми. Сутність сучасного суспільства можна усвідомлювати не тільки через масштабність розповсюдження інформації, а й через зміну процесів, пов'язаних із трансформацією каналів інформації. Література завжди була оптимальним засобом потужного впливу на свідомість громадськості. Масова ж, з творами якої знайомі мільйони читачів, стає надбанням індивідуальної культури більшості громадян, впливаючи на створення єдиного соціально-комунікаційного простору.

Суспільна криза, яка також позначилася й на літературі, висуває свої умови реалізації культурного продукту. Умови її актуалізації несумісні з естетичними вимогами читачів. Українська "вища якість" у новітній художній літературі презентується літературою для елітного читача, а масова зазвичай орієнтована на широку, неспеціалізовану аудиторію сучасників і реально функціонує в "анонімних" колах читачів, які не мають особливої естетичної підготовки, не орієнтовані під час читання на критерії художньої довершеності й образ видатного письменника-філософа. Як правило, читачі масової художньої літератури не прихильники постромантичної ідеології "високої" літератури та літературної традиції.

Проблеми співвідношення в нашому суспільстві "масової" та "елітарної" літератури, а також соціально-комунікаційних умов, в яких вона існує, є надзвичайно актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цікавість до елітарної та масової літератури обумовлена дослідженнями О. Пипіна, С. Венгерова, В. Силовського, О. Веселовського, В. Адріанової-Перетц. Виникнення інтересу до цієї проблеми пов'язане з працями науковців 20-х років минулого століття, насамперед В. Шкловського, Б. Ейхенбаума та Ю. Тинянова. Елітарна та масова література цікавила цих дослідників, оскільки саме в ній з найбільшою повнотою проявляються соціальні та літературні норми епохи. Свого часу Ю. Тинянов дав чітке пояснення виникненню інтересу до масової літератури та її ролі в суспільстві [9]. Він зазначав, що література має "старшу" і "молодшу" лінії розвитку. Перша завжди "безплідна". Одержавши перемогу, вона прирікає себе на загибель, перетворюється на банальність, трансформується у культурний фон епохи. "Старша" лінія прямує вниз, втрачає естетичну значущість, а "молодша", переможена, підіймається вгору. Створена таким чином модель історико-літературного руху надзвичайно суголосна низці фундаментальних положень теорії соціальних комунікацій.

Соціальна інформація, яку містять літературні твори, необов'язково асоціюється з особистістю автора, а жанрові

особливості літературного твору потрібно простежувати з точки зору не тільки естетичних канонів, а й соціальних цінностей певного історичного часу. У зв'язку з цим Б. Дубін, аналізуючи причини популярності такого феномену індустріальної епохи, як масова література, наголошував на пріоритеті оповідального жанру: як правило, це роман [3]. Масова література, за визначенням дослідника, підкреслено соціальна [3, с. 6]. Але саме в соціокомунікативістиці ця проблема й не знайшла відображення.

Метою нашого дослідження є спроба визначити проблеми, пов'язані з елітарною та масовою літературою в сучасному соціально-комунікаційному просторі, а саме:

— з'ясувати критерії зближення масової та елітарної літератури;

— розглянути феномен їхньої читацької популярності.

Методологічно важливими є відомі погляди Ю. Лотмана на проблему взаємодії сфер "високого" і "низького" в літературі [6]. Взаємна напруга між ними робить літературу не лише сумою текстів (творів), а й єдиним механізмом, цілісним художнім твором. "Очевидно, описуючи літературу тієї чи іншої епохи як спільний текст, ми найшвидше наблизимось до завдання виокремлення універсальї літератури як специфічного явища" [5, с. 203—216].

Виклад основного матеріалу. Торкуючись проблеми співіснування масової та елітарної літератури, необхідно зауважити, що окреслити чіткі грані, які б відокремлювали елітарну літературу від масової, а масову від літературного кітчу, надзвичайно складно, навіть неможливо. У сучасних соціокультурних умовах будь-яка спроба встановити межі будь-чого конкретного, визначеного за допомогою терміна, приречена на поразку. Сучасна література перестала бути центром напруженого суспільного діалогу, передавши цю функцію більш фронтальним жанрам мистецтва, зокрема кіно. Відповідно, вона розвивається за допомогою подолання межі — жанрової, дисциплінарної, естетичної та етичної. За таких умов "спадок" літературоцентричної доби ХХ—ХХІ століть переглядається. На "низових" рівнях літературного процесу, де представлена творчість політизованих літераторів, таке переосмислення призвело до безвідповідальності письменників перед суспільством за свою продукцію. Поряд з нечіткістю жанрового поділу зараз спостерігається невпевність розмежування масової та елітарної літератури. Кваліфікований читач захоплюється не тільки елітарною літературою, а й творами класиків минулих століть, письменників-модерністів та постмодерністів і масовою літера-

турною продукцією. Кваліфіковані (тобто свідомі) читачі елітарної художньої літератури, у "репертуарі" яких тільки деякі довершені літературні твори, становлять окрему групу. Однак її представники "споживають" і так зване читиво, як і масові читачі, на яких воно, власне, й розраховане.

Дослідники зазначають, що, як в усьому світі, так і в Україні відбуваються два процеси — стандартизація і вибудовування " нової містечковості", — і письменники намагаються не залишатися осторонь. Одна їхня група починає орієнтуватися на міжнародний стандарт у літературі, інша — занурюється в малодосліджені глибини національної духовності. І, як наслідок, в українському літературному процесі виникає певна порожнеча, яку заповнюють нові поля літературного змісту. Зокрема, мають місце такі явища, як етно-фестивальні твори, літературно-політичне, літературно-туристичне поля, тобто література стала задовольняти нагальні потреби певних соціальних груп.

Сучасна література, набуваючи просвітницького статусу, натомість втрачає естетичні та змістовні, власне художні якості творів. Нині просвітництво — один із комерційних способів реалізації літератури, воно вигідне, на думку дослідників, не дуже талановитим авторам, які прагнуть заробити на своїх посередніх творах, пропонуючи їх під гаслами суспільної потреби в літературі такого гатунку, а також духовного відродження чи кращезнавства.

Актуальна культурна ситуація вітчизняного суспільства відрізняється надзвичайною множинністю літературної продукції, яка пропонується сучасному читачеві. Різноманітність літературних шкіл, течій, жанрів привертає увагу не тільки читачів, а й критиків. Художня література нині — явище соціальне: стрімко збільшуються накладки книг різного змісту і форми; вона стає частиною інфраструктури суспільства з видавцями, рекламними агентствами і літературною критикою.

Критика, літературні премії, реклама — посередники комунікації — схиляють читача до певного типу літератури і віддаляють від іншого. Соціальний інститут сьогодня відіграє роль посередника, не виявляючи справжньої цінності твору літератури і займаючись популяризаторською діяльністю. Сучасний читач деформується як особистість, оскільки не просто перестає читати якісну літературу, зокрема класичну, а втрачає здатність її читати.

Літературна класика, як уже наголошувалось, сьогодні — у момент зламу культурних епох — перебуває на периферії масового читання, оскільки в такий період, як правило, різко інтенсифікуються дві протилежні культурні традиції: з одного боку, елітарне мистецтво, яке орієнтоване на ускладнення мови, пошук витончених форм, що дало б можливість досягти нових сфер духовного буття, а з іншого — мистецтво демократичне, орієнтоване на масові форми художнього мислення та первинні духовні цінності. Інколи відбувається співіснування цих двох традицій, що завжди передбачає діалог, взаємопроникнення і стає умовою виходу з кризи в перехідні епохи.

Ні культура, ні література аж ніяк не припускають однотипності смаків та запитів. У суспільстві вони відрізняються широкою диференціацією, яка означає співіснування не тільки розвинених або недостатньо розвинених смаків, гарних або поганих, але просто різних смаків, які впливають на варіативну оцінку твору літератури читачами. Читання — процес глибоко особистісний, він ґрунтується на індивідуальному сприйманні прочитаного. Один і той самий твір літератури може викликати у різних читачів неоднакові думки та почуття: виразно спостерігається вибірковість у ставленні до літератури певного роду. Ми постійно зустрічаємось із різною оцінкою багатьох творів. Те, що захоплює одних, часто викликає скептичний і навіть негативний відгук в інших. Масова література буває різного гатунку, і та, що розрахована на окремі субкультури, може об'єднувати, інколи створюючи нові соціальні групи.

Як вже зазначалось, у функціонуванні соціально-комунікаційної системи література посідає виняткове місце серед інших чинників. Саме вона через зміст твору визначає обсяг цінностей, який одержує особистість на тому чи іншому етапі свого формування; визначає поле індивідуальних варіантів її розвитку. Специфічною рисою сучасної культурної ситуації в Україні є зіткнення між елітарною та масовою літературою. Але таке розшарування пов'язане з якісно новим соціальним контекстом, що передбачає завершення епохи літературоцентризму, крах традиційного меценатства та вихід на вільний книжковий ринок з різноманітністю інтересів, запитів та оцінок. Це процес, у ході якого і сформувалася сама література як система, як соціальний інститут.

Для постіндустріального суспільства, як зазначає В. Ільганаєва, характерне масове виробництво, масове розповсюдження, масовий відпочинок, масова освіта [4]. Основні принципи функціонування такого суспільства були сформульовані свого часу О. Тоффлером, який виокремлював принцип стандартизації, централізації, гігантоманії [8]. До промислової революції, за переконанням науковця, виробництво фактично не було масовим, після чого настав період виробництва предметів ужитку, а зараз ми починаємо рухатися у зворотному напрямку — до індивідуалізованих замовлень, але на основі високих технологій — це спіраль. У таких умовах, згідно з ідеями Ю. Габермаса, інформаційно-інструментальна раціональність зміниться на комунікаційну [2].

Масова література, або паралітература, сублітература, — це розважальна і дидактична белетристика XIX—XX століть. Вона є складовою частиною індустрії культури і, за переконанням більшості науковців, категорією літературних творів, які можна віднести до маргінальної сфери загально-визнаної літератури. Вона часто одержує назву тривіальної, розважальної, ескапістської, ринкової, інакше кажучи, масова література в цьому випадку не стільки жанрове, скільки соціологічне поняття.

Масова література як складова частина "масової" культури зайняла важливе місце в культурному просторі другої половини XX століття. Багато науковців заперечують цей термін, оскільки, за їх переконанням, культура не може належати масам, але визнають, що він може застосовуватися щодо масової літератури як способу виробництва культури. Оскільки процеси соціальної комунікації характеризуються неоднорідністю та складністю, то для їхнього функціонування необхідно виділити основні об'єкти: аудиторія — один із важливих структурних елементів духовного спілкування людей між собою та суспільством, який має низку кількісно-якісних характеристик; чисельність аудиторії — показник соціальної значущості та масштабів впливу певного джерела соціальної інформації.

Основним фактором, що визначає якісні характеристики аудиторії, виступає рівень освіченості. Він впливає на вибір аудиторією того або іншого джерела інформації, ступінь розуміння та використання її змісту. Але критерій освіченості не носить універсальний, абстрактний характер, оскільки по-різному трансформується у різних соціальних умовах того чи іншого суспільства.

У сучасних умовах художня література — товар на ринку комунікації. А в просторі літературного ринку відбувається співіснування та протидія масового і "високого" її типів, що постійно конкурують між собою. Комерціалізація літератури примушує письменників шукати нові стратегії літературної комунікації, осмислювати шляхи досягнення успіху та визнання у читача. Доцільно використовувати так звану подвійну адресацію — коли твори орієнтовані як на масового читача сенсаційної літератури, так і на "літературного гурмана". Застосування потенціалу торгу, що дає поштовх для прояву творчої ініціативи читача, також буде ефективним. Крім того, у твір можуть вводитися характерні для "ринку" проблеми і герої.

Все це не заперечує існування протилежних субполів — субполя елітарного виробництва і субполя масового виробництва. Саме наявність протилежних полюсів робить ефективними ринкові стратегії конкурентної боротьби письменників, одним з аспектів якої стає право визначати престижні позиції художньої літератури.

Парадоксальним явищем є поява некомерційної літератури, твори якої становлять у своїй сукупності елітарну постлітературу. Для неї характерна всебічна вкоріненість літературних інтенцій і прийомів, концептуалізм щодо літературного матеріалу і навіть загальна медіальність. Елітарна постлітература — це вільне запозичення літературних тем, героїв, сюжетів, колізій, мотивів з різних творів літератури минулого, що створює колаж і навіть мозаїку.

Книговидавництво орієнтується на масового читача, чим часто пояснюється і низька якість творів. Це викликано тим, що книга розрахована на широкий читацький загал, і її автор змушений зважати на якості, які є спільними для великої кількості людей з різними смаками та захопленнями. Різноманітності читацьких уподобань має відповідати різноманітність книг і книжкових серій, газет та журналів. Ринок інформаційної продукції розвивається в цьому напрямі, про що свідчить збільшення кількості малотиражних книг та тижневиків. Теоретично зростання дрібних читацьких угруповань і субкультур, які культивують "своїх" авторів, мало б позитивно вплинути і на комфортність читання, і на комфортність літературної творчості.

Основна перешкода для "роздрібнення" літературних потоків така: якщо твір відомий тільки невеликій кількості людей і не може бути приводом для спілкування ширшої аудиторії, то він не виконує соціально-комунікаційну функцію, яка перстає бути інструментом інтенсифікації спілкування і не сприяє згуртуванню соціальних груп.

Ці тенденції яскраво ілюструють твори постмодерністської літератури, що орієнтовані на деканонізацію стереотипів, іронічну переоцінку цінностей, розмитість жорстких бінарних опозицій. Пліуралізм культурних моделей, стилів, що використовуються як рівноцінні, створення текстів, розрахованих на елітарного і масового читача одночасно, використання жанрових кодів як масової, так і елітарної літератури — це процеси, які викликані не тільки національною специфікою літератури, формування якої визначалось прагматично-оціночним підходом до можливостей мистецтва, а й загальносвіттовими тенденціями поступової втрати літературоцентричності.

Науковці, зокрема А. Соколов, наголошують, що наш час — перехідний період від паперового літературоцентризму, властивого індустріальному суспільству, до електронної комунікації, властивої постіндустріальному електронному суспільству [7]. "Інформатизований" соціум, тобто інформаційне, постіндустріальне суспільство, має кардинально відрізнятися від "літературоцентричного" індустріального суспільства.

Таким чином, з точки зору кваліфікованого читача ми можемо виділити такі ознаки елітарності та масовості в сучасній літературі:

1. Для сучасної елітарної літератури характерна "жанрова гра" — жанрове винахідництво, гібридизація жанрів, активне використання форматів та мовних ознак нехудожніх текстів, в той час як твори масової літератури визначаються як художні, їхні автори прагнуть, щоб вони максимально відповідали своїй жанровій характеристиці.

2. Автори елітарної літератури більше орієнтуються на співтворчість читача.

3. В елітарній літературі читачі віддають перевагу структурам художнього світу (зокрема мові), а в літературі масовій визнають пріоритет реалій навколишнього світу.

4. Твори елітарної літератури орієнтовані на читача з "літературною пам'яттю", а масової розраховані на те, що читач не зможе впізнати відомий сюжет в новій обробці, не зверне увагу на сюжетні невідповідності, не помітить одноманітності художніх прийомів.

Висновки. Насамкінець необхідно зауважити, що прогрес суспільства і культури викликає ускладнення культурних повідомлень, стимулюючи розвиток каналів соціальної комунікації та призводить до утворення нових систем, що відповідають вимогам складності текстів, які передаються у поєднанні з інформативною компактністю, знаковою виразністю.

При цьому традиційні для визначення культури засоби комунікації існують для сучасної культури вже не як засоби передавання інформації, а як художні системи, що мають самостійне естетичне значення.

Підсумовуючи наш розгляд і аналіз специфічних рис масової та елітарної літератури, підкреслимо ще раз актуальність дослідження соціокомунікаційних аспектів визначеної проблеми. Комунікаційні зв'язки між текстами "високого" та масового письменства становлять *перспективну* соціокомунікаційну проблему й потребують подальшого дослідження.

Список використаної літератури

1. Баркер Р. Жажда чтения / Р. Баркер, Р. Ескарпи. — М.: Книга, 1979. — 205 с.
2. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії "громадянське суспільство" / Ю. Габермас. — Львів: Літопис, 2000. — 318 с.
3. Дубин Б. Классическое, элитарное, массовое: начала дифференциации и механизмы внутренней динамики в системе литературы / Б. Дубин // Новое литературное обозрение. — 2002. — № 5. — С. 6—23.
4. Ильганаева В. А. Влияние информатизации на культурогенез современного общества / В. А. Ильганаева // Библиотечное знание. Документоведение. Информология. — 2004. — № 1. — С. 58—62.
5. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история / Ю. М. Лотман. — М.: Языки рус. культуры, 1996. — 477 с.
6. Лотман Ю. М. Несколько мыслей о типологии культур / Ю. М. Лотман // Новая литература по культурологии. — 1995. — № 3. — С. 30—42.
7. Соколов А. В. Социальные коммуникации / А. В. Соколов. — М.: Профиздат, 2001. — 201 с.
8. Тоффлер О. Будущее труда / О. Тоффлер // Новая технократическая волна на Западе / АН СССР, Ин-т философии, Науч. совет при Президиуме АН СССР по филос. и социал. пробл. науки и техники. — М., 1986. — С. 252.
9. Тынянов Ю. Н. Поэтика. История литературы. Кино / Юрий Николаевич Тынянов. — М.: Наука, 1977. — 575 с.

В статтє рассматриваются теоретические вопросы взаимодействия литературы для элиты и массовой литературы. Автор подчеркивает, что массовая литература и литература для элиты занимают важное место в современном социально-коммуникационном пространстве.

The article deals with the theoretical problems the process of fiction elite literature and mass literature. The author bases on the idea that mass literature and elite literature occupies very important place in social-communication environment.

Надійшла в редакцію 26 листопада 2012 року