

О. О. Юрчук,

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

ЛІТЕРАТУРА ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ

В останній час в сучасному літературознавстві спостерігається антропологічний поворот. Література поступово вивільнюється від формалістичних методів дослідження. Йдеться про перенесення акцентів на вивчення оповіді відповідно нових моделей інтерпретації. Вони дозволяють досліджувати у тексті людське в сучасних антропологічних і соціокультурних вимірах.

Ключові слова: антропологія, література, текст, транскультурний код.

В последнее время в современном литературоведении наблюдается антропологический поворот. Литература постепенно освобождается от формалистических методов исследования. Речь идет о перенесении акцентов на изучение повествования относительно новых моделей интерпретации. Они позволяют исследовать в тексте человеческое в современных антропологических и социокультурных измерениях.

Ключевые слова: антропологія, література, текст, транскультурний код.

Contemporary literary studies has recently undergone an anthropological turn. Formalistic research methods are being gradually left behind in literary research. Instead, emphasis is transferred to the study of narrative according to new models of interpretation. These models allow to examine 'human' content in texts from the viewpoint of contemporary anthropological and socio-cultural aspects.

Keywords: anthropology, literature, text, transcultural code.

Новий формат мегаорганізації світу – глобалізація – призводить до охоплення всіх його сфер єдиною господарчою практикою. Змінюється сітка міжнародних систем правління, семантика міжнародних відносин. Нова світобудова окреслюється сегментами великих просторів, позначається загальними соціально-культурними кодами, стилем господарчої діяльності, соціально-економічними факторами. Триває період нової реальності, ери соціального постмодерну. Філологічна наука визнає обмеженість своїх можливостей й необхідність міждисциплінарної інтеграції в рішенні соціокультурних і антропологічних проблем сучасності. Літературознавство на межі тисячоліть відчуває легку втому від довготривалого захоплення формалістичними методами і починає переносити акцент на дослідження оповіді як організуючого і смислопороджуючого нарративу. Оскільки саме в нарративах відбувається моделювання дійсності, здійснюється відбір ситуацій. Вони стають основою для моделей інтерпретації, залишаються в культурній пам'яті спільноти, викликають питання культурної гібридності, діалогу культур.

В наш час набуває обертів значущість суспільної історії. Спостерігається інтерес до нової світової економічної системи, до потреби у виробництві нових товарів з більш потужним зворотом капіталу. Економіка активно використовує естетичні нововведення й експерименти. Відбувається злиття товарного виробництва з естетичним. Художній твір перетворюється на літературний продукт. Література знову набуває статусу соціокультурного явища. Діалог літератури з соціологією відбувається в форматі усвідомлення змісту, сутності і функції літератури в сучасних умовах. Особлива увага приділяється пошуку змін в духовному виробництві. Вивчаються умови підміни літературної творчості літературним конвеєром, спрямованим на задоволення примітивних потреб людини. Сучасна література входить в сферу «виробництва її духовного світу», іноді стає продуктом і розповсюджувачем низки деструктивних ідей (насилства, жорстокості, травми, болю).

Література як творчий процес взаємодіє з іншими соціальними процесами. В ній спостерігаються закономірні зміни внаслідок умов соціальної діяльності. В центрі уваги залишається художній образ. Але тепер він частіше функціонує як фрагмент соціальної пам'яті, бере участь в формуванні художньої традиції і суспільної свідомості. Духовні продукти формуються в свідомості людей, відображаються на рівні почуттів, волі та інтелекту як матеріальні й духовні процеси. Соціокультурна й антропологічна функції літератури визначають її місце в духовній сфері життя суспільства, її роль в процесі соціалізації особистості. Література виступає в ролі носія соціальної пам'яті, має зв'язок з міфом, запозичає у нього художню інтерпретацію явищ оточуючої дійсності. Література існує як фрагмент масової свідомості, активно впливає на формування суспільної думки, виступає соціокультурним феноменом і необхідним елементом духовної сфери життя соціуму. Критеріями рівня соціалізації сучасного письменника стають індивідуальна й суспільна свідомість. Індивідуальна свідомість письменника формується під впливом його життєвого досвіду і фікціональності світосприйняття. Іншим фактором формування його свідомості стає поетапне засвоєння суспільної свідомості, результати якого дозволяють оцінити рівень його індивідуальної соціалізації.

Текст перетворюється на засіб антропологічної репрезентації, стає вираженням узагальненого досвіду минулого. В умовах подальшої глобалізації письмо соціуму свідчить про трансформаційні зміни в сучасній культурі. Література опиняється в оточенні транскультурних кодів. Оповідь соціуму про себе привертає увагу суб'єкта. Його особистісний досвід відбиває зміни у суспільних стосунках, зосереджується на зображенні їх чуттєвості. Вестиментарний, гастрономічний, музичний, кінематографічний коди дозволяють розрізняти і поєднувати в подіях локальне і глобальне. Проживання на локальній території стає основою для формування людської чуттєвості. Її дискурс має багатовекторний характер і залежить від вибору антропологічних чинників (політика, освіта, мистецтво, культура, мова). В мовленнєвому контексті чуттєвість постає в інтерпретативному, нарративному, дескриптивному або експлікативному вираженні. В репрезентативних і символічних образах оприявлюється людська соціальність. Історія антропології позначається трьома метафорами соціальності. Періодизацію соціуму представлено в трьох етапах: суспільство як гра, суспільство як сцена, суспільство як текстуальна метафора. Метафорам соціальності відповідають метафори літературної творчості як гри, як сцени й як текстуальної метафори [3, с. 11].

В сучасному суспільстві вирішальне значення мають мас-медіа, кібернетичні моделі, комп'ютери, індустрія розваг. Ці системи «вибухають знаками», внаслідок чого відбувається заміна виробничого суспільства на суспільство під контролем виробничого коду. Відмінність між знаками і реальністю зникає. Удаваність постмодерного світу позначається симулякрами. Людина опиняється в їх полоні. Світ замінюється на надреальність, мас-медіа більш не віддзеркалюють дійсність, а замінюють її собою.

«Театр жорстокості» [2, с. 86] стає прикладом репрезентаційної логіки мислення. Відбувається деконструкція традиційного «теологічного театру», його вивільнення від диктатури автора. Те ж саме відбувається в суспільстві. Просувається ідея його вивільнення від панування інтелектуального авторитету. Ідея театралізації суспільства припускає ставлення до нього як до видовища. За формою воно нагадує сектор, в якому кожна частина може розглядатися як окрема театральна сцена. Театральне видовище не виражає лише викривлення видимого світу і не є лише продуктом технології масового впровадження образів. В усіх формах прояву (інформація, пропаганда, реклама, споживання розваг) воно залишається моделлю пануючої суспільної форми. Воно заповнює значну частину часу, який проживається поза виробництва. Театралізація суспільства позначає великий спектр явищ, які констатують негачію життя [4, с. 132].

В наш час метафора досліджується не стільки з боку поезики або практичного мовлення, скільки з боку мислення, пізнання і свідомості. Вона розглядається в контексті концептуальних систем і моделювання штучного інтелекту. Вона стає поштовком для розуміння основ мислення і процесів створення національно-специфічного світобачення. Метафора має міцні зв'язки з логікою і міфологією. Інтерес до метафори обумовлений її появою в різних видах тексту (художня мова, публіцистика, наукова мова). Активне проникнення метафори відмічено в термінологічних системах, дидактичних текстах, в мас-медіа, в мові реклами, у товарному виробництві (бренд, продукт). Розповсюдження метафори в чисельних жанрах художньої літератури, повсякденній і науковій мовах стверджує її естетичну цінність й утилітарні переваги. Метафора виключно практична. Вона може бути прикладена як засіб опису і пояснення в будь-якій сфері: в психотерапевтичних бесідах і в розмовах між пілотами авіаліній, в ритуальних танцях і в мові програмування, в художньому вихованні й в квантовій механіці. Метафора, де б вона нам не зустрілась, завжди збагачує розуміння людських дій, знань і мови [1, с. 35]. В теорії фреймів (сценарії, в контексті яких вивчаються предметні і подійні об'єкти) метафора вводиться в систему аналогій. Метафора сприяє створенню непередбачених фреймових зв'язків. Такі аналогії надають можливості побачити який-небудь предмет в світлі іншого предмету для вирішення проблеми з іншої галузі.

Ілюзорність і штучність стають досвідом існування людини в відчуженому світі. Пошук компромісу зі світом призводить до «шизофренічного» ефекту роздвоєння особистості, або стану «аутизму», проявляється у ментальній втечі в спогад минулого, у фікціональний простір. Нездатність митця прямо дивитися на світ живить перманентний процес метафоризації дійсності. Людина допускається лише до образу світу і здатна вловлювати його миготіння. Засоби мас-медіа (преса, реклама, телебачення, інтернет) відтворюють стереотипи сучасного життя. У сучасному мистецтві панує опосередкований погляд на дійсність. «Все, що ми знаємо про наше суспільство і навіть про світ, в якому живемо, ми дізнаємося через мас-медіа. Це відноситься не тільки до знання суспільства та історії, а й до знання природи. Ми дізнаємося про стратосферу так само, як Платон дізнавався про Атлантиду: «люди говорять те-то і те-то». <> З іншого боку, про самі мас-медіа ми чули таке, що не можемо довіряти цьому джерелу. Ми опираємося їх впливу, підозрюючи, що нами маніпулюють, але по суті це нічого не змінює, тому що знання, отримані нами з мас-медіа, немов самі собою складаються в замкнутий каркас, елементи якого зміцнюють один одного» [5, с. 9]. Мас-медіа створюють іншу реальність. Вона осягається як незалежно існуюча, але насправді є лише її констrukцією. У цій сфері мас-медіа поширюють «незнання» у вигляді новин про події, які повинні постійно оновлюватися, щоб підміна була непомітною. Інформація, що передається як новина, свідомо вважається дійсною. Від її достовірності залежить репутація журналіста, помилкові повідомлення спростовуються, підтасовування викликають протест. Але сама по собі істина цікавить мас-медіа лише з дуже великими застереженнями, які значно відрізняються від обмежувальних умов наукового дослідження. В масовій культурі відсутня спонтанність, безпосередність почуттів, міркування над життям, узагальненість життєвого досвіду.

Масова культура використовує нові технічні засоби, кіно, телебачення, створює широку палітру естетики. Нові уявлення, форми поведінки завдяки новій технології виробництва продуктів втручаються в суспільну свідомість більш ефективно, ніж образи легітимної, традиційної в засобах не технізованої культури. В мистецьких витворах масової культури факти життя є не більш ніж ігровий матеріал. З великого набору образів, фактів й ідей формується ефективний і рухомий калейдоскоп. Його логіка – це логіка гри, а призначення – відволікти від спроб створити власну логіку, власний індивідуальний погляд на світ.

Окремі жанри (детективи, фантастика, «рожеві» романи, фентезі і комікси) підтримуються медійністю і стають масовою літературою. Стереотипність художніх образів, подіява насиченість, сюжетна схематичність і мовна невибагливість витворюються на основі трансмедійної уяви. Пріоритетом зображення залишається вчинки персонажів, а не їх переживання, думки і життєвий досвід. Справжні витвори мистецтва є одиничним товаром. Вони є глибоко індивідуальними. А конвеєр індустрії культури випускає стандартизоване розмаїття. Всі ці практики масової культури вписуються в логіку серіалів, що проступає на багатьох рівнях, серед яких і письмо, і читання, і видавничка практика, і логіка зв'язку з формою подачі продукту (диски СД, аудіо касети тощо). Медійна культура проникає в літературу і змушує вписувати прочитування твору в більш широку мережу логічних кругових медійних зв'язків [3, с. 16]. Витворення образів під час письма, або у процесі читання відбувається за допомогою задіявання потужних медійних практик поетичної уяви. Письмо створюється на основі характерних для суспільства стереотипів. Форми його прояву різноманітні: від паперової чи аудіо касети до коміксів, ілюстрованих видань, окремих колекцій або серій.

Атака мас-медійних практик припадає на період поширення культури телебачення. Телевізор дає змогу спостерігати за подіями в світі. Поступово втрачається здатність людини безпосередньо описувати світ, мати власне враження про нього, оцінювати його як об'єктивну реальність. Завдяки телебаченню превалює опосередковане уявлення про реальність. Людина все частіше користується мовними штампами, повторює досвід попередників. Сурогат впливає на сприйняття духовної культури, спрощує її. Вона легко накладається на вже відоме, самопродуктується і репрезентується в стрічках, які легко впізнаються й ідентифікуються.

В наш час відбувається подальше подолання меж між гуманітарними дисциплінами. Синергетична наукова парадигма дає змогу усвідомити роль літератури, інших мистецтв й мас-медіа в передачі інформації щодо антропологічних параметрів визначення місця людини в історії, в тому числі дослідження можливостей її уяви в процесі створення і сприйняття літератури та інших мистецтв. Література стає простором, де стираються стереотипи і демонтується ментальні рамки і системи аксіоматичних уявлень, що ідеологічно нав'язувалися індивіду соціумом.

Нові глобальні реалії впливають на людську діяльність і соціальну поведінку, розхитують консервативні стійкі структури свідомості. Глобалізація сучасного соціуму позначається появою нових культурних феноменів і гібридних форм культури (шоу-бізнес, мас-медіа, реклама і соціально-культурна театралізація). Внаслідок трансформацій остаточно руйнується попередня концепція раціональності. Постмодерністський хаос прагне примітивної впорядкованості. В результаті виникає нова культурна карта з рядом інноваційних еталонів. Вона дозволяє вивчати окремі соціокультурні зміни в просторово-географічних параметрах, спостерігати за траєкторією їх взаємодій. Доведена до абсурду попередня раціональна система культури вибухає появою чисельних ірраціональних соціокультурних матриць з установками на комерціалізацію і віртуалізацію культурних образів. Віртуальна реальність постає новим середовищем, де починають продуктивно функціонувати культурні феномени.

Література:

1. Гофман М. Культура потребительского общества, зрелища как форма современной массовой культуры // Аналитика культурологии. – 2008. – №12. – С. 27–38.
2. Деррида Ж. Письмо и различие / Жак Деррида; [пер. с франц. А. Гараджи, В. Лапицкого, С. Фокина]. – СПб. : Академический проект, 2000. – 432 с.
3. Фесенко В. Новітня французька література: навч. посібник [для студентів IV курсу]. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2012. – 261 с.
4. Debord G. La société du spectacles / Guy Debord. – Paris : Gallimard, 1969. – 224 p.
5. Luhmann N. Die Realität der Massenmedien / Niklas Luhmann. – B. : Westdeutscher Verlag, 1996. – 219 s.