

УДК 070 (051):316.774 (477)

СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ І ТРАНСФОРМУВАННЯ ДОСВІДУ ЧИТАННЯ
У ВЕРСІЯХ УКРАЇНСЬКИХ ЖУРНАЛІВ ПРО ЛІТЕРАТУРУ –
«КИЇВСЬКА РУСЬ», «ШО»

Іванова О.А.

Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова, м. Одеса

У статті розглядаються українські журнали про літературу в аспекті рецептивно-комунікативного способу вивчення досвіду читання як особливого типу соціальної діяльності людини, до якого її спонукає та який форматує мистецька журналістика.

Ключові слова: читацький досвід, комунікативна дистанція, читач, мистецька журналістика

Питання, що окреслюють проблематику роботи: що таке досвід читання та як він формується? Яку роль у спонуканні нас до читання як специфічного типу соціальної поведінки відіграє мистецька преса? Читання – індивідуальний процес рецепції літератури чи він підлягає унормуванню?

Література пов'язана з соціумом та визначає себе в конкретних соціокультурних обставинах. Літературний твір має ціннісні та функціональні ознаки, що виробляються і проявляються у практиці читання. Будь-які зміни (а вони тривають завжди) в полі літератури відбиваються на досвіді її рецепції. Саме мистецька журналістика бере участь у продукуванні, фіксації і просуванні статусу літературного твору, його функціональних і ціннісних характеристик, а також є формою репрезентації запитів соціуму щодо літератури. Тож яким є досвід читання у сучасному українському соціокультурному контексті як його подає мистецька преса?

В широкому плані це питання ставить актуальну проблему статусності літературного твору, його ціннісних і функціональних якостей в конкретно-історичних обставинах та є питанням взаємодії літератури і соціокультурного контексту на теренах сучасної України. Поставлене таким чином, воно дає підстави для розгляду літературного твору як об'єкту, що формується і функціонує на перетині запитів соціуму і можливостей самої літератури як виду мистецтва в соціокультурних обставинах сучасності. Це проблематика соціології літератури, яка не має ще чітких відповідей на ці запити, хоч і має напрацювання в роботах Т. Адорно, В. Беньяміна, У. Еко, П. Бурдьє, Р. Інгардена, Ф. Водічки, Р. Барта, Г. Яусса, В. Ізера, М. Бахтіна, української дослідниці М. Зубрицької, ін.

Поставлена проблема має теоретико-методологічний рівень – необхідність узгодження теорії літератури, теорії масових комунікацій і теорії інформаційного суспільства щодо бачення соціокультурного статусу, цінності і функцій літературного твору в обставинах сучасності, а також необхідність розробки оптимальної методики дослідження обраного предмету, що визначається через продуктивне і несуперечливе поєднання декількох напрямків дослідження – рецептивної естетики, соціології мистецтва, теорії і соціології масової комунікації. Розв’язання цього рівня проблеми уможливить практичне її вирішення, що виходить на спільний для літературознавства і соціальних комунікацій контекст дослідження рецептивної парадигми літератури у сучасних українських мистецьких медіа. Наука, роблячи предметом дослідження феномен читання, усвідомлює його як соціальний процес особливого типу і вивчає з огляду на природу читацького інтересу, з точки зору факторів, що впливають на його формування, соціально-демографічних характеристик читача, мотивів вибору літератури для читання, читацьких потреб, використовуючи при цьому різні методи і форми кількісного і якісного соціологічного дослідження (В. Беньямін, П. Бурдье, ін.).

Мета цієї статті – розглянути два українські журнали про літературу («Київська Русь» (далі – «КР») і «ШО») в ракурсі виявлення стратегій формування і трансформування досвіду читання, що їх подають ці медіа, які експлікують поле літератури сучасної України. Тож об’єктом дослідження виступає українська мистецька преса, що містить рецептивний досвід щодо літератури, а предметом – ті форми і способи читання, що просуваються означеними виданнями.

Очікування і запити щодо читання ще мають зустрітися й перетнутися з пропозиціями літературної сфери як джерела рецептивного досвіду. Мистецька преса може бути названа «подвійним агентом», що реагує одночасно на прояви сучасного поля літератури і просуває його до читача, а також репрезентує і відповідає на запити соціуму щодо літератури, постаючи ще й формою самоусвідомлення і літератури, і читацької спільноти, – їх дій, намірів, стратегій, – бо відображає їх та оцінює. Мистецька преса вміщує в якості проблемно-тематичних сфер і сам світ літератури, і світ сприймання і розуміння літератури.

«Київська Русь» – літературно-критичний часопис – так визначає його редакція місце на медіаринку. Журнал пропонує приєднатися «до літопису нового часу та простору української літератури», друкуючи цей заклик на другій сторінці кожного числа як власне кредо. Виходить журнал 11 разів на рік. Головний редактор – Дмитро Стус. Суспільна рада: Дмитро Герасим’юк, Володимир Єшкілев, Микола Жулинський, Марія Матіос, Ірен Роздобудько, Павло Михед, Григорій Штонь та ін. – провідні українські письменники, критики, літературознавці. Обсяг одного випуску – близько 260 сторінок.

Кожен номер має своєрідний підзаголовок: «Бабло», «ПеРетин», «Двоїна», «Растка», ін., які створюють певне семантичне поле, в якому мають сприйматися окремі матеріали випуску. Видання позиціонується як альтернатива всім літературним журналам України через свою увагу до альтернативної, часто невідомої, молоді літератури, а також через унікальні коментарі того, що відбувається в літературному процесі нашої країни. Близько 70% журнальної площі

відведено під художню літературу – прозу і лірику, решту займають матеріали про літературу. Мусимо наголосити, що видання друкує і пропагує, просуває до читача виключно українську літературу (рідко зарубіжну, яка перекладена українською), тим самим виховуючи свідомого українського читача.

«Київська Русь» спрямовує свою діяльність на певну, наперед визначену, стабільну аудиторію, оскільки актуальні проблеми, пов'язані з літературою, можуть підніматися на сторінках цього видання з "номеру в номер". Журналісти часто апелюють до персоналій, реалій та думок, що раніше вже були висвітлені на сторінках цього часопису. Іноді рецензії на твори виглядають як логічне продовження вже надрукованих матеріалів, іноді – полемізують з ними. Отож, для усвідомлення логіки дискусії навколо того чи іншого твору читачеві необхідно бути в контексті попередніх публікацій. Одна з постійно актуальних для «Київської Русі» проблемно-тематичних зон – українськість. І одне з питань, які ставить в цьому ракурсі видання, – впізнавання національної літератури. Видання часто наголошує, що однією з головних проблем українців, а відповідно, й української літератури є ідентифікація себе з мовою.

Журнал «ШО» виходить з 2005 року. Головний редактор – Олександр Кабанов. Видання має підзаголовок «ШО: смотреть, слухать, читать» та розраховане на ознайомлення любителів мистецтва з новинками літератури, музики, живопису, фотографії, комп'ютерних ігор, кіно. Сталими рубриками у виданні є розділи «ШО читать», «ШО слухать», «ШО смотреть». Тому назва майже каламбурна: «шо» як модифікована, розмовна форма українського слова «що», яке є питанням, а відповідь на нього, на думку редакції, можна знайти на сторінках журналу. Видання позиціонується на медіаринку як провокативне, молодіжне, маргінальне. Аналізуючи сучасну літературу, воно вдається до жорстких оцінок, привертає увагу до тих сторін життя людини і соціуму, що були табуйовані, а тепер стали предметом пильної уваги. Тому тут можна зустріти інформацію про творчі експерименти, контркультурні явища, альтернативні напрямки мистецтва. Шанси цього видання зайняти особливе місце в медіапросторі пов'язані з орієнтацією на молодіжну аудиторію, яка прагне свободи від будь-яких штампів, обмежень та повчань.

Огляди літературної продукції, що потрапила на очі і викликала почуття у журналістів цього видання, найчастіше містять зразки не українського виробництва, хоч і не зовсім ігнорують вітчизняну літературу. Це коротенькі рецензії (до півсторінки), які включають вихідні дані про книгу та враження від тексту, але досить чітко окреслюють, яким постає твір в уяві сучасного читача, які викликає асоціації, на що схожий, чим вражає або розчаровує. Ці рецензії розраховані на українського читача, який слідкує за станом справ у глобальному світі літератури, тож має можливість на сторінках «ШО» до нього долучитися. В кожному номері видання знайомить своїх читачів з тими, про кого говорять в літературних і навкололітературних колах. Крім того, автори, які навряд чи могли б розраховувати на публікацію у традиційних літературних журналах через сумнівну якість написаного, для контркультурного «ШО» виявляються вартими уваги: для їх літпродукції відведена частина площі кожного номера.

Журналістські видання про літературу можна умовно поділити на два типи: ті, що присвячені літературі як книзі (чи тексту) та розуміють її як товар, і ті, що присвячені літературі як мистецтву та розуміють її як твір. Обидва типи медіа говорять про життя літератури, але в різних ракурсах. Для перших важливо репрезентувати стан справ на книжковому ринку: попит і пропозиція, конкуренція, якість книжкового товару, реклама книг, що мають визнання, та промоція нових літературних імен, класифікації і типології книжкового асортименту, ін. Другий тип медіа про літературу зосереджується на естетично-комунікативному аспекті книги: твір як естетичний об'єкт, твір у контексті літературного процесу, читання як творчий акт, літературна критика як нормотворча інституція щодо літрецепції. Обидва типи видань виходять з уявлення про потребу суспільства у книзі, однак існування літературних медій першого типу реагує на літературний попит і пропозицію, щодо другого типу, то їх роль дещо складніша: окрім підтримування читання як певного виду соціальної діяльності, вони мають ще й орієнтуватися на унікальність читацького досвіду в кожному конкретному варіанті читання та сприяти розширенню горизонту очікування читача, що спілкується з сучасною літературою, усвідомлюючи, що естетичний досвід читання має бути у людини до читання тієї конкретної книги, до якої видання привертає увагу «тут і зараз», а тому його треба формувати і вибудовувати разом з читачем протягом тривалого часу.

В українському медіапросторі літвидань першого типу сьогодні не існує. Таким виданням протягом 2000-2006 рр. був «Книжник review», але нині він припинив своє існування. Інші ж видання, зокрема «КР» і «ШО», балансують на межі розмови про літературу як книгу і твір. Щодо репрезентації книжкового ринку та тенденцій у ньому, то жодне з них не може бути назване якісним, через що авторитет і впливовість цих видань у середовищі видавців книжок невисокі. Оскільки аналізовані нами видання більшою мірою зосереджені на читанні як соціальному і естетичному досвіді, саме в такому ракурсі ми й досліджували їх.

Картина світу людини, що включає, зокрема, і горизонт очікування читача, який спрацьовує в досвіді читання, містить алгоритми, схеми, блоки, які в свою чергу визначають не лише входження людини в соціум, а й її уявлення про літературу і способи її рецепції. Ментальність жорстка за своєю природою і тяжіє до тотальності, а читання – процес індивідуальний, прагне неповторності. Відтак суб'єкт читання – і носій певних норм, правил, уподобань щодо літератури, які він залучає до читання і які змінюються протягом та в результаті читання, і носій певного досвіду читання, що здобувається ним в ситуації «тут і зараз» рецепції твору.

Встановлюючи контакт з читачем, мистецька преса може підтримувати інтерес до читання, може керувати читанням, однак завжди має справу з досвідом читання, практикою читання. За П. Бурдьє, мистецька журналістика – така соціальна інституція, що робить впорядкованою соціальну дію, подає її модель – правила, за якими здійснюється практика читання. Кожне мистецьке видання, позиціонуючись в медіапросторі, має свої стратегії, осмислені і цілеспрямовано втілювані лінії поведінки щодо скорочування дистанції горизонту очікування твору і горизонту очікування читача, виходячи з уявлень про розстановку сил у полі літератури, а

також з власних намірів щодо читача. Журналістика, і мистецька також, – влада найменування і позиціонування. Вона має претензію на компетентність, демонструє обізнаність та приховує ідеологічні мотиви щодо цілеспрямованого формування громадської думки у сфері літератури.

Нерідко можна констатувати, що мистецька преса виявляється цікавішою за саму літературу, про яку пише, бо захоплює читацьку увагу і тримає її, адже добре знає інтереси і мотиви читання, властиві сьгоднішнім цінувальниками мистецтва слова, хоч при цьому і не розвиває їх, не підвищує кваліфікацію читача.

Питання ідентичності суб'єкта читання – поле, на якому бачиться той, хто читає літературу, – по-різному подаються редакціями «ШО» і «КР».

«ШО» інтерпретує твори, про які пише, не так в контексті літературного процесу, як у публічному контексті, саме тому обговорюваність і суспільна помітність, публічна резонансність твору, події, імені для цього видання – фактор їх ідентифікації з літпроцесом. «ШО» більше зосереджується на нових подіях у широко оприлюдненій сфері літературного життя, тобто лише на тих, що вже інформаційно означені та інтерпретовані у напрямку активної світської публіки. Характерно, що українська література позиціонується виданням за тими самими правилами, що й іноземна, а інші типи творчості так само, як і література, з огляду на публічність. Не дивно, що за такої стратегії контркультурні явища, маргінальні постаті, епатажні твори частіше обговорюються виданням, а для просування «неформатної» літпродукції в ній акцентується ще не помічений, але присутній привід для публічної значимості.

«КР» воліє «відкривати» нові імена в сучасній літературі України і давати їм комунікативну платформу, тобто вводити в літературний світ тих, хто цікавий йому і зацікавлені в його майбутньому. «КР» ідентифікує те, про що пише, перш за все з українською своєрідністю. Твори інтерпретуються в контексті українського літпроцесу, навіть якщо мова йде про іноземні зразки. Не дивно, що така стратегія передбачає апелювання до традицій національної культури. Література розглядається як специфічний вид творчої діяльності, що має свої закони рецепції, однак позиціонується в контексті інших типів формування національного світогляду.

Тож поле, на якому зростає суб'єкт читання, поле ідентичності читача, у цих видань абсолютно різні і досвіди читання, ними підтримувані, суттєво відмінні, хоч і мають принаймні одну спільну рису: ознайомлення з іменами, подіями, творами і у «ШО», і у «КР» не надто широке, бо видання мають прагнення до привернення уваги своїх реципієнтів і утримування її в обмеженому і «обжитому» кожним з них контексті. В зв'язку з цим можна сказати і про ті мотиви і інтереси читання, що вбачаються журналами як наявні у читача. Для «ШО» цінним, вартим уваги буде обговорюваність, резонанс навколо автора чи твору, для «КР» – репрезентація самобутності, українського шляху мистецьких пошуків автора і твору. Обидва видання не так мають мету змінювати ці інтенції, як їх підтримувати і розвивати, оскільки інтерес до книги викликається через активізацію внутрішніх збудників мотивів читання, а вони усвідомлюються цими виданнями як унормовані, тому книга подається ними як така, що вже відповідає потребам читача, з орієнтацією на усталену систему очікувань.

Ще один важливий аспект щодо досвіду читання – питання сприймання літератури чи реакції на твір. Читання – особливий психологічний досвід особистості. Література саме тому викликає таку увагу до себе, бо є джерелом особливих переживань, емоцій, вражень щодо найрізноманітніших подій, обставин, особистостей, про що писав Р. Інгарден і що завжди було відомо любителям літератури. Суспільна функція літератури виявляється саме там, де літературний досвід читача входить у горизонт очікування його життєвої практики, визначає форму його світосприйняття, впливаючи на його суспільну позицію таким способом: «Читатель ... сам бывает вовлечен в этот поток становящейся идеологии, раскрытой для него художником. Если произведение глубоко и актуально, то критик и читатель узнают себя, свои проблемы, свое собственное идеологическое становление («искания»), узнают противоречия и конфликты своего собственного, всегда живого, всегда запутанного идеологического кругозора» [1, с.128].

В цьому аспекті твір може руйнувати очікування своїх читачів через постановку питань, рішення яких не забезпечила суспільна мораль, санкціонована релігією чи державою. Тут проявляються приховані, ще не проявлені в суспільній практиці бажання, очікування життєвої практики, а твір дає можливість їх випробувати. В зв'язку з цим важливо розуміти, що комунікативна і суспільна функція мистецтва проявляється не лише в тому, що читач асоціює себе з іншими читачами за спільністю думок і смаків, а і в тому, що бажання, норми і уявлення про світ інших людей сприймаються і включаються в особистий досвід.

Обидва аналізовані нами видання значну частину уваги приділяють питанню психологічного впливу творів, до яких привертають увагу своїх реципієнтів. Спонукаючи до читання, «ШО» зацікавлює читача змістом вчинків і думок героїв твору, тобто в аспекті розширення досвіду через можливість приміряти певні ролі, маски, відчувати себе в запропонованих сюжетом і фабулою обставинах. «КР» нерідко рецензію на конкретну книгу перетворює на огляд психологічного стану того, хто через читання має можливість здійснити певну медитацію, заглибитися у власний внутрішній світ і переглянути свій світогляд, приводом до чого і стане читання твору. «КР» літературний твір цікавить в контексті життєвої екзистенції як живе соціальне і духовне тло, з якого література росте і яке вона осмислює. Тому «КР» може пробудити в своїх читачах потяг до літературної праці, до письма, що з такого досвіду зросте, тоді як «ШО» здатен ростити перш за все активних читачів, що постійно потребують нової літературної їжі.

Однак літературний текст – витвір мистецтва і, як засвідчує рецептивна естетика, єдино правильною його рецепцією є естетична. Інтерес читача має бути прикутим не до змісту вчинків і думок героїв, а до особливостей тексту як концептуального ідейно-естетичного цілого – твору. «Анализ должен учитывать специфику эстетической деятельности. Элементарные психические процессы только тогда могут обеспечить адекватное художественное восприятие, когда они «войдут» в сложные взаимосвязи со специальными знаниями, умениями и навыками и специализируются в эстетическом опыте читателя. Элементарные психические процессы должны превратиться в сложные эстетические способности» [2, с.132]. Читач має реагувати на художні особливості тексту, вступаючи в діалог з автором і

героєм, де, за М. Бахтіним, етична позиція охоплюється естетичним оцінюванням. В художньому тексті вміщується програма для організації сприйняття, та чи стимулюється мистецькими виданнями естетична складова досвіду читання, естетичне сприймання твору?

Кваліфікація людини тим вище, чим в неї розвинутіша здатність до самостійної перебудови на нове, до творчого способу поведінки. Тож якщо людина готова до розширення горизонту очікування щодо досвіду читання, готова до іншого, незвичного шляху в рецепції літератури, до парадоксальних кроків, до пошуків, то вона розширює рецептивні механізми і здобуває нові читацькі враження, новий досвід читання, має високу читацьку кваліфікацію.

Життя літератури не регламентоване жорсткими законами, непорушними канонами. Відносини між читачем і літературою носять і естетичний, і історичний характер. Тому процес рецепції здійснюється шляхом посередництва між минулим і сучасним мистецтвом, між традиційними і актуальними значеннями і інтерпретаціями. Тільки через читача твір вписується в змінний горизонт досвіду традиції, де має місце постійний розвиток рецепції від пасивного, простого сприйняття до активного, критичного розуміння, від опори на визнані естетичні норми до визнання нових. Це діалог між твором і публікою і знову народжуванням твором у контексті інших творів і намірів різних комунікаторів поля літератури.

Естетична дистанція – поняття, що визначає «ступінь неочікуваності твору для читача і, за уявленнями рецептивної естетики, його поетичну цінність» [4, с. 166]. Естетична цінність твору (Г. Яусс) визначається розчаруванням, незбагненністю, що виникає у читача при зустрічі з твором, який зраджує його очікування. За уявленнями рецептивної естетики, художній характер твору визначається дистанцією між вже відомим, знайомим, приналежним минулому естетичному досвідові і необхідністю зміни горизонту, якого потребує сприйняття нового твору. Якщо твір виправдовує очікування читача, які продиктовані вже наявними критеріями художнього смаку, він тим самим задовольняє потреби реципієнтів у відтворенні звичних зразків прекрасного. За таких умов читання не вимагає звертання до нового горизонту, ще невідомого естетичного досвіду, не потребує особливих зусиль від реципієнта, щоб читати всупереч попередньому досвідові.

Естетична активність читача, яка має свої особливості, враховується мистецькими виданнями «ШО» і «КР» як складова його досвіду читання, та не формується, а, швидше, експлуатується як вже наявна у нього, точніше, в тому варіанті, який вже є. Якщо горизонт очікування реципієнта як змінна величина, на відміну від стабільного горизонту очікування твору, з кожним новим читанням модифікується, то у випадку читання «ШО» і «КР» перш за все має місце ситуація відтворення у читача знайомого за попередніми творами (якими саме – видання старанно підкаже) горизонту очікування, який лише доповнюється і варіюється. Апелюючи до тих чи інших мистецьких особливостей твору чи манери автора, видання лише позначають знайому цінну художню рису, помічену у описуваному феномені, але не вчать творчому пошукові, не стимулюють розширення горизонту очікування читача, не готують до непередбачуваного нового досвіду, не підвищують його кваліфікації і тим самим не висувають нових запитів до поля літератури.

Естетичні вартості твору констатуються і пропонуються як його маркетингова характеристика обома часописами. Якщо незвичність, унікальність твору і акцентується, то не стимулюються зусилля щодо розширення досвіду його читання, а лише констатується, однак не стільки як новаторство, скільки як втілення стандартного набору норм літературної новизни, характерного для літературного сьогодення.

Щодо рівня предметної компетенції (глибини знань про предмет, ставлення до сфери, яку описує) мова йшла вище, тепер – про рівень комунікативної компетенції. Журнал про літературу відкриває певний канал і спосіб комунікації, а також є контекстом комунікації автора і читача. Тож цей тип мистецької преси як комунікатор ініціює певну комунікацію і провадить її, а тому має специфічні риси комунікативної поведінки.

Мистецьке видання має «перерваний дискурс» (П. Рікер) між автором і читачем до певної міри відновити, встановивши діалог митця і його публіки, що не лише наближає ключову особу, письменника, до соціуму, а й репрезентує методологію читання – діалогічність розуміння твору, співучасть у події, якою стає твір для читача. Оскільки комунікативна стратегія – здатність продукувати і сприймати інформацію, яка використовується свідомо і цілеспрямовано, спілкуючись зі своїми реципієнтами, мистецьке видання ефективно працює, якщо унормовує і експлікує свою комунікативну поведінку.

Для «КР» важливим є зближення з читачем у поглядах на літературне життя, через що видання демонструє повагу до свого читача, вміння толерантно переконувати, щирість, контактність, що можна інтерпретувати як прагнення створити для всіх зацікавлених у життєвості літератури спільне комунікативне поле для зустрічі і порозуміння. «ШО» має на меті демократизм у стосунках, перебільшення, бажання все оцінити і всьому приписати якість, а також клішованість, стандартність мовних засобів, як і психологічних реакцій, бажання бути неодмінно почутим, що можна інтерпретувати як прагнення ввести літературу в царину публічності та виокремити і висвітлити в самому полі літератури зону актуального мистецтва. Тому обидва журнали репрезентують інституціональні дискурси, але – різні.

Журнал існує в соціокультурному комунікативному просторі. Якщо він лідер – має вплив на читача, якщо не лідер – задля впливовості має бути один. В українському медіаполі щодо видань про літературу немає конкуренції. Різні видання про літературу можуть спокійно співіснувати, бо перекривають різні сегменти цього поля і мають різні інтенції і різну аудиторну орієнтацію.

Висновки. Твір виникає в процесі контакту з читачем літературного тексту, читач впливає на твір, визначаючи його конкретно-історичний характер сприйняття і побутування. Для рецептивної естетики основний критерій оцінки твору – «суспільна практика, соціальна дієвість мистецтва тою мірою, якою вона проявляється в читацькій реакції» [4, с. 128]. Тільки через читача твір вписується в змінний горизонт досвіду традиції, де має місце постійний розвиток рецепції від пасивного простого сприйняття до активного критичного розуміння, від опори на визнанні естетичні норми до визнання нових. Це діалог між твором і публікою і

знову народжуваним твором у контексті інших творів і намірів різних комунікаторів поля літератури.

Коли метою дослідження стають ті читацькі реакції, що показують, як відбувається «зустріч» структури твору і структури обумовлених конкретною історичною епохою літературних норм, представником яких є реципієнт, читання як індивідуальний процес постає в якості досвіду читання, що його має дана культурна епоха. Питання щодо окремого читання може бути коректно поставлене наукою і вирішене в контексті дослідження окресленого і зафіксованого мистецькою пресою трансуб'єктивного горизонту і досвіду читацького розуміння літератури, що має місце в конкретному соціальному контексті побутування мистецтва слова. Саме в такому ракурсі бачиться перспектива дослідження видань про літературу.

Список літератури

1. Бахтин М.М. Тетралогія. – М., 1998. – С. 110-296.
2. Жабская Л.Г. О психологическом подходе в исследовании восприятия художественной литературы // Проблемы социологии и психологии чтения / Ред.-сост Э.Г.Храстецкий. – М., 1975. – С.130-142.
3. Київська Русь. – 2006. – №№1-11.; 2007.
4. Современное зарубежное литературоведение (страны Западной Европы и США): концепции, школы, термины. Энциклопедический справочник / Сост. И.П.Ильин, Е.А.Цурганова. – М., 1996. – 320 с.
5. ШО: смотреть, слушать, читать. – 2006. – №№1-12; 2007.

Иванова Е.А. Стратегии формирования и трансформирования опыта чтения в версиях украинских журналов о литературе – “Киевская Русь”, “ШО”

В статье рассматриваются украинские журналы о литературе в аспекте рецептивно-коммуникативного способа изучения опыта чтения как специфического типа социальной деятельности человека, который провоцирует и форматирует художественная журналистика.

Ключевые слова: читательский опыт, коммуникативная дистанция, читатель, художественная журналистика

Ivanova E.V. Strategy of formation and transformation of experience of reading in versions of the Ukrainian magazines about the literature – “the Kiev Russia”, “School and Education”

Ukrainian magazines about literature in the aspect of problem of receptive-communicative method of mastering reading experiment as a special kind of social activity of a person, to which art journalism provokes and forms, are examined in the article.

Key words: reading experiment, communicative distance, reader, art journalism

Пост упила до редакції 28.08.2008 р.