

доктор філологічних наук

РЕЦЕПЦІЯ РЕЦИПІЄНТА

(рецензія на науковий посібник

Червінської О.В., Зварича І.М., Сажинної А.В.

«Психологічні аспекти актуальної рецепції тексту:

теоретично-методологічний погляд на сучасну практику словесної

культури: Науковий посібник». – Чернівці, 2009)

Що таке рецепція тексту? З чого, власне, починається рецепція будь-якого словесно-культурного добутку? Питання й тривіальні, й риторичні, й складні одночасно. На них можливо дати відповідь, якщо вже вибрана точка можливої зустрічі, внутрішньо неминучого та споконвічно передбаченого і даного у передчутті перетинання інтенцій Тексту-Читача-Автору, чи Читача-Тексту-Автору, чи Автору-Тексту-Читача, чи... Ця відповідь, як у притчах мудреців Сходу, залежить від того, готовий чи ні Реципієнт до проявлення Тексту, або іншими словами: Текст приходить лише тоді, коли Реципієнт відчуває внутрішню підготовленість до його приходу. Втім для західної, теж тривалого культурного виховання, думки тут постає нове коло запитань: дійсно, а ким, коли і за яких умов може бути обрана, принаймні позначена ця точка відліку спочатку інтерпеляції, а потім й рецепції Тексту? Взагалі, а хто й кого інтерпелює та сприймає? Коли й за яких умов закінчується рецепція й інтерпеляція? Можливо чи ні їхнє відродження? Можливо чи ні говорити про типологічні зв'язки Тексту-Читача-Автору на основі *культурно-історичної телематії* (М.М. Бахтін)? На яких умовах і в яких якісно змінених станах це можливо? На яких методологічних, епістемологічних та когнітивних засадах?

Проблема рецепції словесно-культурного добутку одночасно – одна з найдавніших і наймолодших проблем літературознавства. Можна з впевненістю говорити, що вона актуальна вже й для Античних риторик, поетик, й для розмірковувань мудреців Сходу, як й акцентувати на тому, що ця проблема стає самостійним і самозначущим предметом наукової рефлексії лише у ХХ ст. Єдине, що важко заперечити, так це те, що саме ХХ ст. з його різноманітним, проте на рідкість цілеспрямованим, поступовим, системним й незмінним зацікавленням у Діалозі, Діалогічності, Комунікації, Спілкуванні та Іншому, як їхній неминучій смислоутворюючій ціннісній іпостасі, однією зі своїх життєвизначальних засад виявляє рецепцію. Рецепція для ХХ ст. поступово стає одним з провідних героїв філософського, соціального, наукового, навіть побутового просторів. Утім це не означає навіть на початку ХХІ ст. вичерпаності чи втомленості від цієї проблеми. Особливості рецепції, її галузева специфіка, засади, обсяг, функції, в тому числі й літературознавчі, досі залишаються недостатньо проясненими та виписаними; чітко, в усій повноті системних зв'язків, меж та пасток не артикульованими.

У вітчизняній філології проблемами рецепції цілеспрямовано та послідовно займаються, на превеликий жаль, небагато теоретиків літератури. Система ідей званої у світі ще з 60-х рр. ХХ ст. рецептивної естетики, розробленої в добутках дослідників передусім так званої "*констанцької школи*", майже не увійшла в науковий обіг українського літературознавства, існуючи у нас у вигляді підхоплених та розвинутих окремих тез, ідей і

положень цього внутрішньо складного, прагнучого до перетинання з іншими сферами гуманітарного знання на пряму, який розвивається й в критиці й в літературознавстві. Не визначено й не прописано своїх власних, мається на увазі слов'янських, витоків теорії рецепції.

Саме тому появлення окремого вітчизняного теоретико-методологічного дослідження, присвяченого виключно проблемі рецепції різноманітних практик словесної культури є певною подією в літературознавчому просторі.

Автори наукового посібника "Психологічні аспекти актуальної рецепції тексту" з чітким, витончено вивіреном підзаголовком "Теоретично-методологічний погляд на сучасну практику словесної культури" вже з перших рядків обґрунтовують ті умови та основи, які власне й дають можливість говорити про існування якісно нового стану вітчизняної вузівської науки. Так, "Передмова" починається наступною тезою, яка стане ключовим стрижнем наукового посібника: "Українська літературна теорія набуває відверто нових ознак та параметрів, проставляє нові акценти. Долаючи споконвічну фрагментарність інтелектуального мислення як такого, сучасна наукова думка взагалі прагне до набуття вимірів цілісної конструктивної моделі в усій своїй методологічній повноті" (с.3). Закінчується "Передмова" не менш важливим положенням про роль та статус естетичного у та для сучасної різноманітної, іноді дуже непередбачуваної у своїх виявах, проте внутрішньо єдиної словесно-культурної практики. Говорячи про своєрідну, проте цілком природну для культури друга половина ХХ – початку ХХІ ст. структурно-значеннєву єдність різноманітних виявів міфу та реклами, науковці доречно наполягають на тому, що "іманентно лише їхня естетична досконалість дає гарантію впливу на рецептивну свідомість. Обидві форми, полярні за своєю онтологічною природою, функціонуванням в історичному часі, світоглядним значенням, автори книги вважають саме ты, що окреслюють структуру будь-якого цілісного естетичного рецептивного поля взагалі, оскільки саме вони рудиментарно присутні у культурному досвіді усіх без виключення часів" (с.6).

Ці ідеї, заявлені у "Передмові", структурують та чітко визначають семантичну й методологічну спрямованість всієї книги. Писати в межах одного дослідження про такі складні явища, як теорія рецепції, її особливості вияву та здійснення у різноманітних словесно-культурних добутках, споконвічно не просте завдання. До того ж автори ускладнили його ще й тим, що поєднали в межах одного дослідження явища зазвичай аксіологічно різноманітні: визнану в світі високу теорію рецептивної естетики та суто авторську, новаторську теорію рецептивної поезики (О.В. Червінська), інтелектуально витончені теорії міфу та їхнє втілення й життя вже у постміфологічних культурах (І.М. Зварич), масову культуру з її провідним репрезентантом – рекламними текстами (А.В. Сажина). Проте таке поєднання дало змогу побачити саме цілісну силу, специфічні характерологічні ознаки та особливості дії рецепції у словесно-культурних добутках, які теж розуміються як певна багатоліка цілісність, що принципово не може й не повинна залишати поза увагою будь-які свої вияви або ціннісно ранжувати їх щодо рецепції. Поетичні тексти Мандельштама, Пушкіна, Ахматової, Тютчева, Жадана, високохудожні прозові твори Буніна, Набокова, Гомбровича, Андруховича, публіцистика Свіфта, Забужко, тексти сучасної реклами на рівноправних засадах розглядаються та зіставляються у межах теорії рецепції. Саме тому автори наукового посібника влучно й філологічно витончено позначають ці всі вияви єдиного поля не літературними текстами, а практикою словесної культури. Поняття "словесність" більш доречно, по-перше, до явищ єдиного, аксіологічно не диференційованого словесно-культурного простору; по-друге, з позиції саме такого теоретико-методологічного підходу, для якого головним є виявлення та всебічна артикуляція єдності та цілісності словесно-культурного простору; по-третє, коли актуалізація явищ словесно-культурного простору відбувається щодо поняття естетичного, а не художнього. Саме тому далеко не випадково одним з перших теоретичних питань у науковому посібнику є питання про повноваження рецепції. Ключовим та методологічно принциповим у відповіді на це питання є порушення

вкрай важливої для будь-якої культури проблеми *права на слово* (с.44) та наступна відповідь: "принципи рецептивної естетики таке право дають кожному, хто бажає висловитися. На цьому будуються відносини між автором і його багатоликою публікою, завдяки чому "письмо" перетворюється у "текст", або, точніше, у "тексти"" (с.44). Текст та Читач, Читач та Текст для рецепції не можуть й не повинні знати селекції, бо інакше вбивається право на свободу, право на Слово.

Ще один важливий момент. Чому, розмірковуючи про науково цікаву, складну, присвячену суто теоретичній низці проблем книгу, я зробила акцент на вузівській науці? Насамперед тому, що вважаю – наука починається зі студентської лави, а також з тих, хто викладає не реферативні знання, привчає не до повторювання, наслідування чужих, вже готових, даних ідей та істин, а з тих, хто вчить учитися, думати, бути Реципієнтом, мати природне, внутрішнє потрібне право на Слово. Науковий посібник чернівецьких філологів (О.В. Червінська, І.М. Зварич, А.В. Сажина), розрахований саме на такого філолога, який споконвічно привчений до культури сприйняття наукової думки, самостійності розмірковувань, висновків, у якого виховані внутрішні потрібність і вміння рецепції та висловлення власного Слова.

Науковий посібник складається з трьох розділів, які торкаються актуальних та дискусійних проблем сучасної теорії літератури. Перший розділ присвячено комплексу ідей рецептивної поетики в актуальній методологічній перспективі (О.В. Червінська), другий – психологічним та структурно-семантичним аспектам міфологенної основи художньої традиції (І.М. Зварич), третій – рецептивно-психологічній мотивації жанрової природи реклами (А.В. Сажина). Не дивлячись на те, що науковий посібник написаний трьома дослідниками, яким притаманна індивідуальна манера письма, власний погляд на проблему, вміння виокремити оригінальний аспект досліджуваного предмету, книга справляє враження внутрішньо єдиного, стрункого, продуманого та вивіреного тексту. Науковий посібник насичений цікавим сплавом теоретичних ідей, гіпотез, тез і прикладів, які носять не лише ілюстративний чи доказовий характер. Вони демонструють вміння авторів через різноманітний живий словесно-культурний матеріал не тільки доводити правоту власних концепцій, а й давати реципієнтові наукового тексту простір для самостійних розмірковувань, дискусій, для бачення та створення власних концепцій.

Кожний розділ попри заявлену вже в назві проблематику дає можливість читачеві для розмаїтих, різноаспектних, послідовних зіставлень рецептивної теорії тексту з герменевтикою, структуралізмом та постструктуралізмом (перший розділ); міфологенних особливостей художнього тексту – з онтологічними, універсальними за своєю сутністю особливостями міфологічного мислення, архетипами світової культури, вторинною міфологією вже сучасного світу (другий розділ); специфіки рекламного тексту – з теорією масової комунікації, теорією мистецтва, кіно (третій розділ). Значущим, внутрішньо об'єднуючим моментом цього триєдиного наукового посібника є і його висока, професійно виважена насиченість різними філософськими та культурологічними підходами. Починаючи з різнорідних теорій міфу (Фройд, Ніцше, Лосев, Топоров, Гадамер, Юнг, Шпет, Леві-Строс, Барт, Еліаде) до теорій культури, масової комунікації (Шпенглер, Ортега-і-Гасет, Еко, Барт, Крістева), провідні інтелектуальні надбання ХХ ст. увійшли в цю книгу. Причому вони не створили враження строкатості, еkleктичності, узагальнююче спустошеного огляду чи екскурсу. Навпаки. Кожне знакове ім'я, концепція наводяться в якості позначення певного проблемного поля, певної можливості у наближенні до істини, проте невичерпної, багатоаспектної, завжди "сюпризної" для думаючого реципієнта ідеї.

Неможливо не сказати ще про один важливий аспект цього наукового посібника. Він дає реципієнтові можливість пригадати, познайомитися, по-новому подивитися не лише на світові знакові теорії, концепції, імена, а й на вітчизняні. Українська гуманітаристика у цьому дослідженні представлена майже у всій своїй повноті, є намагання показати специфіку регіональних філологічних шкіл. Вітчизняна наука є одним з ґрунтовних чинників, які

утворюють інтелектуальний простір цього наукового посібника. При цьому автори не лише говорять про національні домінанти та варіанти світових надбань, а демонструють самостійні, так би мовити, індивідуально-авторські відкриття. І це стосується, наприклад, не тільки цікавої, багатогранної, виваженої теорії О.В. Червінської, яка стосується специфічних параметрів, засад, принципів та методології саме рецептивної поетики, про яку в закордонному літературознавстві не йдеться, а й менш яскраво новаторської, проте не менш виваженої, стрункої, дивергентної теорії міфологенності художнього твору І.М. Зірки, а також перспективної виключно для теорії літератури спроби ввести жанрову диференціацію рекламних текстів з залученням їхньої складної дискурсивності А.В. Сажиною.

Наприкінці хочеться зазначити, що науковий посібник, присвячений проблемам рецепції тексту, – це посібник, передусім, з теорії словесності, якісно новий за своєю сутністю. Не претендуючи на занадто великі та масштабні теоретичні літературознавчі узагальнення, він зумів через призму, здавалося б, однієї проблеми – рецепції тексту – торкнутися та висвітлити нові аспекти традиційних літературознавчих питань: тексту, твору, жанру, автора, читача, естетичного та художнього, літературного, культурного процесу, витоків та засад словесних добутоків, типологічного зв'язку міфу, історії, твору словесності.