

ВЕНЕЦЬКА Г. Б.

Львівський національний університет імені Івана Франка

КОМУНІКАЦІЯ У МЕЖАХ ДРАМИ

Стаття присвячена аналізу комунікації у межах драми – системі “автор–текст–читач”. Особлива увага зосереджена на типах читача та рівнях його сприйняття тексту драми.

Ключові слова: драма, комунікація, автор, читач, рівні читацького сприйняття.

Стаття посвящена аналізу коммуникации в драме – системе “автор–текст–читатель”. Особое внимание сосредоточено на типах читателя и уровнях его восприятия текста драмы.

Ключевые слова: драма, коммуникация, автор, читатель, уровни читательского восприятия текста драмы.

The article deals with the analysis of communication within drama, that is the system “author–text–reader”. Special attention is focused on types of a reader and levels of reader's perception of drama.

Key words: drama, communication, author, reader, levels of reader's perception of drama.

Між мовленнєвим актом та прозаїчним художнім текстом існує певна паралель. Специфіка прози на відміну від поезії полягає у стилі комунікації. Художньому стилю мовлення так само, як і щоденному людському спілкуванню, притаманні такі прагматичні параметри, як автор мовлення, його комунікативна установка, адресат і пов'язаний з ним перлокутивний ефект (естетичний вплив), що і визначає **актуальність** нашого дослідження.

Мета статті полягає у тому, щоб розкрити суть та особливості комунікації у межах драматичного твору. **Об'єктом** пошуків виступає текст драми. **Предмет** нашого дослідження становить комунікація у межах драми.

Наукова новизна розвідки полягає у тому, що у статті представлено специфіку комунікації у межах драматичного твору, проаналізовано систему “автор-текст-читач”, описано рівні читацького сприйняття тексту драми та виділено типи читача.

Поняття “літературна комунікація” почало розроблятися у літературознавстві у 70-ті роки ХХ ст. Особлива увага зверталась на роль адресата художнього тексту, внаслідок чого було поставлено завдання обґрунтувати і розвинути “поетику сприйняття” як ключової категорії теорії і філософії літератури. Інтерпретація художнього тексту пов'язана з його прочитанням (сприйняттям, декодуванням), під чим розуміють первинну герменевтичну активність одержувача інформації, скеровану на

максимальне зближення між суб'єктом, який пізнає, та об'єктом пізнання. Іншими словами, центр ваги у дослідженні літературного процесу і категорій естетики дослідники переносять з експресивної функції мовлення на апелятивну (за К. Бюлером). Зацікавленість проблемами прочитання тексту була найбільшою мірою стимульована “теорією конкретизації” Р. Інгардена. Увага до літературного адресата стала поштовхом до розробки поняття “стилів сприйняття” [1 : 365]. М. Гловинський виділяє сім таких стилів: міфологічний, алегоричний, символічний, інструментальний, міметичний (сприйняття через співвіднесеність з фактами дійсності), експресивний (сприйняття через особистість автора), естетичний. Поняття стилю сприйняття, яке розвинув М. Гловинський, у більшості випадків, співвідноситься з тією моделлю адресата, якому автор свідомо призначає свій твір [1 : 365].

Як вважає Н. Сапригіна, художня комунікація – це, насамперед, віртуальна комунікація. Хоча письменник може бути сучасником читача, читач може прийти на концерт-зустріч з письменником, може листуватися з автором, але ці процеси комунікації виникають внаслідок віртуальної комунікації. Читачеві сподобався образ автора, який читач створив на основі книг письменника, і цей образ підштовхує читача до спроб комунікації з реальним автором. Автор теж створював для себе образи читачів. Якщо твір зазнав популярності, вважає Н. Сапригіна, це означає, що образи були створені з вірним угадуванням реальних читацьких рис. Тобто художня комунікація – це процес, у якому безпосередня комунікація відбувається між автором і образом читача, а при зворотному зв'язку – між читачем, з одного боку, і образами героїв і автора, з іншого боку. Образ автора і поєднаний з ним образ героя в уяві читача, а також образ читача в уяві автора слугують трансляторами образів реальних комунікантів у художній комунікації [8 : 2].

У драмі використовуються особливості як міжособистісної, так і соціальної комунікації. Образ читача не замальовується, а передбачається. Автор пише для певної аудиторії і прогнозує потенційного реципієнта інформації. Герой поєднується не з читачем, а з автором. Завдяки особливому підбору емоційних засобів розповіді, читач вважає, що письменник відвертий з ним, готовий розповісти про таємні переживання. Спілкування у системі “автор – текст – читач” проходить за допомогою “квазіоб'єкта” – текста, що несе ознаки об'єкта матеріального світу – закономірності краси та гармонії [8 : 2-3].

На кшталт безпосередньої міжособистісної комунікації, текстова комунікація – це спілкування, у якому засобом реалізації є писемний текст – складається з двох фаз – створення тексту та його сприйняття, тобто рецепції. Однак діяльність комунікативних партнерів – автора тексту та його реципієнта (аудиторії читачів), що утворює ці дві фази, тут значно складніша [7 : 4].

Ці два види комунікації також певною мірою схожі, що пов'язано з неоднаковим ступенем свободи комунікативних партнерів. Якщо мовленнєвий акт може тлумачитися реципієнтом по-різному, то мовець породжує висловлення з певною комунікативною інтенцією, якій відповідає вибір мовних одиниць. Іншими словами, якщо у діяльності того, хто сприймає текст, припустимим є певний волюнтаризм, то діяльність мовця значною мірою детермінована різними комунікативними факторами, головним чином – метою висловлення. Отже, фаза утворення висловлення та фаза його сприйняття не симетричні, діяльність суб'єктів у них не ізоморфна. Ця особливість притаманна і текстовій комунікації: сприйняття одного тексту може реалізуватися за багатьма моделями, у цьому процесі є багато випадкового, проте утворення тексту детерміноване його таксономічною приналежністю, тими стандартними комунікативними установками, в яких створюється текст певного класу і які становлять об'єктивну даність для суб'єкта текстотворення. Його діяльність, навіть за варіативності, є обмеженою законами жанру. Ці закони визначені такими комунікативними факторами, як статус адресата тексту, комунікативна мета / чи інтенція, статус суб'єкта текстотворення, характер суб'єктно-адресатних відносин та ін. [7 : 4-5].

Н. Сапригіна описує рівні читацького сприйняття, їх роль у процесах розуміння тексту художньої літератури загалом та драми зокрема, яка налаштовує читача на емпатію. Вона припускає, що одним із механізмів, який бере участь у процесах розуміння драми, є налаштування письменника на рівень ієрархії очікувань читача, відповідний компетенції адресата. Відповідність рівня, який очікує читач, рівневі, закодованому автором, сприяє емпатії одержувача інформації [8 : 3].

Дослідниця вважає, що письменник уявляє собі читача до деякої міри узагальнено. Це узагальнення дозволяє письменникові виділяти головне в особливостях спілкування з читачем і обирати правильні сигнали для віртуальної комунікації. А саме, образи читачів узагальнюються до образів деяких осіб, які співвідносяться між собою і автором і формують ієрархію.

Ієрархія присутня і в узагальненнях читача щодо головних осіб, яких він уявляє та очікує у художній комунікації. Письменник відтворює особливості очікувань читача, а сприйняття читачем інформації відбувається за рівнями, які притаманні повсякденній комунікації [8 : 3].

На основі теорії Е. Берн про те, що в особистості індивіда є три автономні підструктури: дорослий, батько і дитина (відповідно, у різних ситуаціях одна й та сама людина може проявляти риси дитини, батька та дорослого) [2], Н. Сапригіна виокремлює чотири типи адресата та розподіляє їх за ступенем зростання рівня знань, творчої та соціальної активності уявного читача: 1) читач, схожий на дитину – дитина прагне справедливості, але знає мало; 2) читач, схожий на героя (героїв) – герой знає набагато більше, ніж дитина; соціально активний; йому відомо, що таке робота; 3) читач, схожий на автора – може не робити нічого, лише писати книги, але знати і розуміти набагато більше, ніж герої; 4) читач-нададресат (знає і розуміє набагато більше, ніж автор). Тобто рівні читацького сприйняття тексту драми Н. Сапригіна характеризує як рівні компетенції [8 : 3-4].

Між колом явищ, які позначаються терміном “читач”, і колом явищ, які позначаються терміном “автор”, існує глибокий внутрішній зв’язок. Він простежується, зокрема, у тому, що кожному значенню поняття “читач” відповідає значення поняття “автор”, і навпаки. Говорячи “читачі”, “читач”, маємо на увазі реально існуючих людей. У цьому випадку читач вивчається як соціально-історичний і культурно-психологічний тип і може бути співвіднесений з реальним, біографічним автором [6 : 511].

Дослідниця Л. Завгородня вважає, що дати визначення сутності самого терміна “читач” є складно. Складність пов’язана з тим, що читач вивчається різними галузями сучасної філології. Зрозуміло, що кожна з них пропонує власне розуміння читача з урахуванням специфіки його функціонування у матеріалах тієї чи іншої науки. Та попри очевидну різницю в трактуваннях зазначеного поняття, спостерігається і певний стійкий смисл у його семантичному обсязі. Це постійне змістове ядро включає в себе три компоненти:

1) читач як споживач літературної (у широкому розумінні цього слова) продукції – результату авторської праці, зафіксованого на писемних (рукописних і друкованих) носіях інформації. Як зауважує професор університету Дюка, відомий західний русист Є. Добренко, будь-яка культура є результатом взаємодії продукції та її споживачів; взаємодіючи

вони притираються один до одного, шліфуються та набувають тієї своєрідності, яку дослідник прагне зрозуміти як логіку й механізм цієї культури [3 : 11].

2) читач як об'єкт навмисного і ненавмисного, прямого і непрямого, а подекуди і маніпулятивного впливу за допомогою закладеної в тексті інформації та спеціально організованої його структури. У цьому матеріалом впливу слугують свідомі і підсвідомі сфери психіки читача, зокрема настанови, стереотипи, горизонти сподівань (читацькі сподівання). Подібне уявлення про читача випливає із самої двосторонньої природи тексту як повідомлення (знака у знаковій системі культури), що виконує дві взаємопов'язані функції – інформативну та впливову, а також із особливостей психології сприйняття людиною будь-якої інформації.

3) читач як суб'єкт сприйняття, інтерпретації та розуміння тексту. Таке бачення читача відводить йому надзвичайно вагоме місце в комунікативному акті. Згідно з цим і читач, і автор, виступають інтерпретаторами смислів шляхом їх відтворення, творення, співтворення. Ступінь участі читача у породженні смислів знову ж таки прямо залежить від структури тексту, а саме – від її відкритості [11] або закритості, схематичності чи повноти (Р. Інгарден). Творові відкритої структури притаманна смислова незавершеність за цілісності та досконалості форми. Відповідно, він стимулює різні прочитання тексту та заохочує читача до активного смислотворення на відміну від твору закритої структури, якому притаманна однозначність. Відкритість чи схематичність твору вимагає не звичайного читання, а читання-інтерпретації, читання-діалогу як продуктивних шляхів надання смислу висловлюванням, їх розуміння. Отже, тут категорія читача входить до дослідницького поля рецептивної теорії та герменевтики [4 : 1-2]. Слід зазначити, що серед найменувань осіб, які читають, є: реципієнт, сприймач, одержувач інформації, адресат, читач тощо.

На початку ХХІ століття укорінилось твердження, що будь-який автор будь-якого письмового тексту повинен володіти особливою майстерністю чи навіть мистецтвом живого спілкування з майбутньою аудиторією реципієнтів. Відсутність такого наміру моделювати та відчувати потенційні реакції реципієнта інформації вказує на неповноцінну реалізацію усіх функцій письмового тексту, що призводить до очевидного комунікативного розриву. Саме це мало місце упродовж усього ХІХ століття, коли розмежування між представниками художньої творчості та

рештою читацького загалу досягло апогею [5 : 166].

У ХХ столітті філософи, культурологи та літературознавці намагалися теоретично осмислити категорію читача або у світлі рецептивної естетики, або теорії інтерпретації, або теорії читацького відгуку. Так чи інакше, усі концепції “читача” у теоретичних пошуках ХХ століття зводилися до тези: кожний письмовий текст містить у собі образ свого читача, а отже, можна говорити про те, що читач є однією з дійових осіб будь-якого твору. Звідси з’явилася ще одна аксіома: процес письма органічно пов’язаний з процесом читання [5 : 166-167].

За останні тридцять років було запропоновано низку нових термінів на позначення категорії “читача”: “ідеальний / імпліцитний читач” В. Ізера, “зразковий читач” У. Еко, “архічитач” М. Ріффатера, “інформований читач” С. Фіша та “уявний читач” Е. Вульфа [5 : 168].

Вживаючи термін “ідеальний читач”, В. Ізер має на увазі суб’єкт, здатний повністю реалізувати потенційне значення тексту. Такий тип читача повинен мати абсолютно ідентичний код із кодом автора [5 : 168].

У. Еко дав своє визначення автора крізь призму ролі читача: “Автор – це той, хто пропонує певну кількість перспектив і можливостей, які раціонально організовані й укомплектовані деталями для правильного розвитку [10 : 62]. Тобто, щоб зробити текст комунікативним, автор принаймні повинен бути впевненим у тому, що він і його читач користуються однією множиною кодів. Отже, на мінімальному рівні будь-який текст активно створює свого уявного читача через: а) специфічний мовний код та б) певний стиль. Автор вважає, що текст завжди містить у собі інформацію, що адресована на певний тип читача, і яка має особливі маркери, які вказують, що це власне дитяча література, фантастика, пригодницька література тощо [5 : 168-169].

Інший аспект співпраці читача і тексту, за У. Еко, – це контекстуальний відбір значень. Коли читач стикається з лексемою, він не знає, яке саме значення треба актуалізувати. Усі значення представлені у свідомості читача, в його “енциклопедії”, – термін “енциклопедія” італійський семіотик розумів у найширшому значенні, тобто йдеться про об’єм пам’яті, однак у процесі читання на передній план виходить лише одне значення, яке приглушує інші. Крім контекстуального, існує ще так званий непрямий відбір значення, коли один і той самий вислів має різні значення у різних семіотичних системах. Система вибору значення вказує на необхідність існування у читача “інтертекстуальної компетенції” (Ю.

Крістева). Тобто в об'ємі пам'яті читача зберігаються так звані “розповідні схеми” (М. Ріффатер) та певні правила спілкування з літературним твором. У пам'яті читача зберігаються правила жанру та інших літературних прийомів і засобів [5 : 169].

Під “інформованим читачем” С. Фіш має на увазі читача, який “компетентно” говорить на мові, за допомогою якої створено текст, і який повністю володіє семантичним знанням, що підводить його до розуміння, – тобто володіє знанням про ідіоми, лексичні конструкції, професійні терміни та добре ознайомлений із літературними традиціями [5 : 170].

За М. Ріффатером архічитач – це узагальнюючий термін для групи читачів, які володіють різною компетенцією, однак емпірично здатні актуалізувати потенційні значення тексту [5 : 170].

Зупиняючись на драматичному жанрі, варта уваги точка зору В. Халізева стосовно того, що сценічне мовлення має подвійну адресацію: персонажі спілкуються як один з одним, так і з глядачами/читачами. Тому і текст драми співвідноситься із комунікацією, у якій беруть участь суб'єкти троякого роду: це, по-перше, мовець, по-друге, його сценічні партнери (слухачі, готові самі заговорити), по-третє, читачі /глядачі [9 : 521].

У драмі, як і на сцені, двоадресатність і трисуб'єктність мовленнєвої комунікації стають обов'язковими. Саме вони визначають обличчя тексту. Але у театрі пасивні учасники мовленнєвого спілкування (глядачі) просторово відокремлені від носіїв мовлення. Таким чином, виникає “ефект рампи” і висловлення (незалежно від характеру контакту між персонажами) постають як безпосередньо публічні. Тому навіть під час читання драми слова героїв сприймаються як адресовані більшості читачів [9 : 521].

У комунікації, характерної для драми і сцени, діалогічні і монологічні начала взаємодіють. Контакт між персонажами (сценічними партнерами) є взаємним, двостороннім, тобто діалогічним, а спілкування героїв драми з читачами / глядачами – тільки одностороннім, а тому монологічним (публіка, звичайно, впливає на акторську гру, але вона не може змінити смислового суті драми) [9 : 522].

У якості монолога, зверненого до читачів, виступає будь-який словесно-художній текст. Проте у драмі, де мовлення імітує висловлення усні та безпосередньо-публічні, її монологічне начало виявляється досить своєрідним. З одного боку, у драматичному творі утруднена і, переважно, відсутня пряма авторська адресація читачеві, яка переважає в епічній

оповіді та ліричній медитації: письменник тут, як відомо, ніби ховається за героями та зазвичай відкрито не подає свій голос. З іншого боку, монологічність мовлення більше актуалізується у драмі, ніж у інших формах літератури. Монологічне мовлення існує у драмі двояко: по-перше, в якості прихованого компонента діалогічних реплік, які непрямо, але цілеспрямовано адресовані читачам / глядачам; по-друге, у вигляді власне монологів – просторових висловлень, які виходять за рамки взаємного спілкування персонажів і які звернені прямо до публіки / читачів. Яскраво виражена діалогічність існує тут з монологічністю, як прихованою, внутрішньою, так і явною, зовнішньою [9 : 522].

Драматург звертається до таких форм мовлення, які дозволяють персонажу звертатися і до інших дійових осіб, і до читачів / глядачів. Тому розмовний діалог у драмі схильний змінюватися поетично і риторично, а сповненим ліризму і риторики монологам, навпаки, часто надається розмовно-діалогічний тон. Проте драматичне мовлення – це аж ніяк не компроміс між розмовним діалогом і риторико-поетичним монологом. Воно множить живий діалогічний контакт героїв на монологічне публічне звертання дійових осіб до читачів\глядачів, і тим самим концентрує у собі апелятивно-дійові можливості мовленнєвої діяльності, які згадував К. Бюлер. Монолог як реалізація зв'язку автора з читачем чи глядачем і діалог як зосередження дії драми взаємодоповнюють один одного і є однаково необхідними [9 : 522].

ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата / Н. Д. Арутюнова // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – М. : Наука, 1981. – Т.40. – № 4. – С. 356-367.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Э. Берн. – М. : Изд-во Эксмо, 2003. – 320 с.
3. Добренко Е. Формовка советского читателя. Социальные и эстетические предпосылки рецепции советской литературы / Е. Добренко. – СПб. : Академический проект, 1997. – 321 с.
4. Завгородня Л. Типологія читача як комунікативно-теоретична проблема [Електронний ресурс] // Л. Завгородня. – Режим доступу : <http://jourlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2133>
5. Зубрицька М. Читач як теоретична категорія в культурологічному дискурсі ХХ ст. / М. Зубрицька // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. – Львів, 2007. – Вип. 31. – С. 166-173.
6. Корман Б. О. О целостности литературного произведения / Б. О. Корман // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. М. : Наука, 1977. – Т. 36. – № 6. – С. 508-513.
7. Радзівська Т. В. Текст як засіб комунікації / Т. В. Радзівська. – К. : АН України ; Інститут української мови, 1993. – 194 с.
8. Сапригіна Н. В. Рівні адресата у комунікації читача і автора художнього тексту [Електронний ресурс] // Н. В. Сапригіна. – Режим доступу: <http://www.psychology.com.ua/departament/texty/v8.2/saprygina.doc>
9. Хализев В. Е. Монолог и диалог в драме / В. Е. Хализев // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – М. : Наука, 1981. – Т.40. – №6. – С. 521-531.
10. Eco U. The role of the reader. Explorations in the semiotics of texts / U. Eco. – Bloomington ; London : Indiana University Press, 1979. – 273 p.
11. Innes Ch. Modern British Drama 1890–1990 / Christopher Innes. – Cambridge : CUP, 1992. – 508 p.