

**АВТОР — ЧИТАЧ:
СПЕЦИФІКА ДІАЛОГУ В СУЧАСНІЙ МАСОВІЙ
ЛІТЕРАТУРІ**

У статті здійснено спробу проаналізувати особливості побудови діалогу автор — читач у сучасній масовій літературі. Основні засоби вираження діалогічності між автором і читачем розглянуто на прикладі романів Ірени Карпи.

Ключові слова: діалог, автор, читач, масова література.

В статье сделана попытка проанализировать особенности строения диалога автор — читатель в современной массовой литературе. Основные средства выражения диалогичности между автором и читателем рассмотрено на примере романов Ирены Карпы.

Ключевые слова: диалог, автор, читатель, массовая литература.

An attempt to analyze the peculiarities of making a dialogue «author — reader» in a modern mass literature is made in this article. The main means of expressing the dialogue between the author are examined on the example of novels by Irena Karpa.

Key words: dialogue, author, reader, mass literature.

У сучасному літературознавстві актуалізувалась проблема взаємодії автора і читача як окремих комунікативних структур художнього твору. Особливої актуальності така проблема набуває в контексті масової літератури, яка передбачає особливий тип читача.

Стратегії взаємодії між автором і читачем ставали предметом численних студій представників різних напрямів та шкіл: феноменології (Ф. Brentano, Е. Гуссерль, Р. Інгарден), герменевтики (М. Гайдеггер, Г. Г. Гадамер), у теорії діалогу М. Бахтіна та його послідовників, рецептивній естетиці (Г.-Р. Яусс, В. Ізер). У вітчизняному літературознавстві дослідження діалогу письменника і читача представлено у працях Г. Сивоконя, М. Ігнатенка, П. Пилиповича, М. Гіршмана, М. Гольберга, М. Зимомрі та ін. Різноманітність теоретичних тлумачень діалогу між автором і читачем, а також постійна увага науковців до цієї теоретичної проблеми, дослідження якої не вичерпує її сутності, а лише ви-

світлює нові перспективи вивчення, зумовлює актуальність нашого дослідження.

Мета нашої студії полягає у спробі визначити особливості взаємодії, специфіку діалогу між автором і читачем, місце і роль цих категорій у сучасній масовій літературі.

Посилення уваги до теорії діалогу пов'язане з пошуком нових підходів до розуміння та інтерпретації художньої творчості. Тож спочатку спробуємо окреслити поняття діалогу. Кожен літературний текст становить множину діалогів (М. Бахтін), які можна розглядати в синхронному та діахронному виявах:

- 1) діалог автора з читачами (його сучасниками, попередниками або наступниками);
- 2) діалог твору з іншими творами того ж автора, інших авторів у межах однієї епохи, однієї національної літератури чи інших епох, інших національних літератур (так звана інтертекстуальність) тощо.

Насамперед нас цікавить перший тип діалогу.

За літературознавчим словником-довідником, діалог — «один із типів організації усного мовлення (поряд з монологом), який за своєю формою є розмовою двох або декількох (полілог) осіб» [4, 204]. На думку М. Бахтіна, діалог виступає як універсальний спосіб людського буття, подвійно-двоєдина природа якого полягає в неподільності «Я» та «Іншого», а також в органічному взаємозв'язку та взаємодоповненні зовнішньої і внутрішньої інтенційності, зовнішнього і внутрішнього діалогу [2]. В. Фашенко наголошує, що «діалогічні і монологічні форми — розмови співбесідників і протягом певного часу ізольоване від інших мовлення однієї особи — виникли разом із мистецтвом слова» [10, 110].

Виникнення діалогу автор — читач можливе внаслідок усвідомлення опозиції «я — ти» на тлі інших. У лінійній структурі автор — читач діалог будується за принципом комунікативного акту, де автор виступає адресантом, а читач — адресатом повідомлення. Поняття діалогічності тексту ширше за поняття діалогу.

За М. Бахтіним, діалог між автором та читачем — важливий елемент поліфонії художнього нарративу, що передбачає залеж-

ність специфіки наративної стратегії автора від образу імпліцитного читача [2].

Будь-яка жанрова форма сучасного роману (детектив, мелодрама, фентезі тощо) має не лише вербально виражену смислову позицію автора, а й характерну комунікативну позицію читача. Тож адресованість стає одним із найважливіших параметрів тексту. Діалогічні взаємини можливі лише в контексті творчості. Остання є діалогічною від миті свого зародження до кожної ситуації рецепції в різних читацьких епохах і у свідомості кожного окремого читача [11]. Саме читач долучається до діалогу як його учасник і виправдовує творчість як постійну й безперервну комунікацію.

У сучасній літературознавчій думці поняття автора іноді відходить на другий план, а натомість ключовою стає категорія читача. Таку ситуацію передбачав Р. Барт у статті «Смерть автора». Сучасний автор «... народжується одночасно з текстом. У нього немає ніякого буття до і поза написаним, він аж ніяк не той суб'єкт, стосовно якого його книга була б предикатом; залишається тільки один час — час мовного акту, і будь-який текст вічно пишеться тут і зараз» [1, 387]. Біографія автора, його погляди, місце й умови написання твору — усе втрачає зміст.

Відповідно до семіотичної теорії У. Еко, автор розглядається як адресант, але при цьому в його свідомості перебуває і джерело інформації, і передавач інформації. Текст є сигналом, тобто закодованою інформацією, що посилається до адресата — читача. Його свідомість приймає сигнал, декодує його та реагує на отриману інформацію, якщо це потрібно [12].

Автор може передбачити «ідеального читача», здатного оволодіти різноманітними кодами і готового сприймати текст як лабіринт. Відкритий текст передбачає «закриту» фіксовану модель читача (за У. Еко — М-Читача) як складову своєї структурної стратегії. У. Еко вводить поняття автора як текстової стратегії і термін «М-Читача» — як комплекс сприятливих умов, які визначаються в кожному окремому випадку самим текстом і які мають бути виконані для того, щоб певний текст повністю активізував свій потенційний зміст [12].

Поняття діалогічності закладено в самій природі мови як засобу спілкування, тому кількість осіб, які беруть участь у діалозі — питання другорядне. Хоча в ситуації автор — читач воно набуває іншого забарвлення, зокрема в контексті проблеми поділу літератури на масову та елітарну. Так, одним із критеріїв розрізнення двох типів творчості — масового та елітарного — може слугувати прогнозована кількість читачів (читацька аудиторія) художнього твору.

Філософія та естетика є вихідними, невід'ємними засадами концепції елітарної літератури, умовами створення й реалізації художніх світів, де активізація комунікативного процесу з реципієнтами побудована на засадах інтелектуальної гри. Тоді гра, яку покладено в основу діалогу автора з читачем, стає метою, до якої письменник прагне як до найвищої форми реалізації культури та найвищих можливостей інтелекту людини. Елітарне мистецтво «випереджує рівень художнього розвитку широких верств публіки, не визнає утилітаризму в мистецтві, відбиває прагнення людини до духовного вдосконалення, активізує художнє життя, задаючи високі взірці для наслідування» [4, 233]. Елітарна література передбачає конкретну читацьку аудиторію — вузьке коло читачів, які здатні до осягнення змісту, розуміння алюзій та декодування складного лише для поверхового прочитання художнього твору. «Творення елітарної літератури, як і — меншою мірою, але також! — її рецепція, потребують зосередженості на високих, класичних, несуетних цінностях» [8, 182]. Внутрішня текстуальна складність елітарної літератури вимагає не випадкового пересічного реципієнта, а вибраного читача-співучасника з не меншою активністю інтелекту та уяви, як у автора.

На відміну від елітарної, масова література чітко орієнтована на свого реципієнта — пересічну людину з пересічними естетичними потребами. Головна мета, яку ставить автор, — подарувати кілька годин цікавого читання. Тож і спілкування між автором та читачем у масовій літературі будується на принципово інших засадах. Масова література «самоорганізується залежно від потреб читачів, вона не гомогенна та не уніфікована, інакше б утратила популярність» [9, 53]. Більшість читачів ма-

сової літератури належить до середнього класу та нижчих соціальних груп.

Висока література, як правило, розрахована на певний інтелектуальний досвід читацької аудиторії і не може вийти за власні межі. Власне кажучи, читач стає тим об'єднуючим простором, де «відображаються всі цитати, з яких складається текст; текст знаходить єдність не в походженні своєму, а в призначенні [...]»; читач — це людина без історії, без біографії, без психології, він усього лише хтось, хто зводить разом усі ті штрихи, що творять написаний текст» [1, 390].

Твір масової літератури часто перетворюється на специфічний комерційний продукт, де якість (форми, змісту, мови) поступається комерційним реаліям — як і кому продати. Звідси — орієнтація на пересічного читача, популяризація заголовку книги, типовість тем і сюжетів, розрахованих на поверхове сприймання й упізнавання. У процесі читання масової літератури від читача не вимагається особливої співтворчості, свідомо створений образ автора необхідний для здійснення письменником впливу на читача та побудови з ним діалогу-гри.

Читацька аудиторія завжди поділена на групи людей за певним типом сприйняття, досвідом, уподобаннями та рівнем освіченості. Але також вона має й певні типологічні характеристики. Реципієнт повідомлення не є конкретною людиною, а лише типом отримувача. Тому інформація адресована не до всіх узагалі і не до якоїсь конкретної людини, а до певного соціально-психологічного типу читацької аудиторії.

До елітарної літератури звертається підготовлений читач, із відповідним рівнем освіти та відповідними читацькими компетенціями. Текст твору виступає реплікою-запрошенням для читача, тому автор має повне право очікувати творчого співрозмовника, що рівний йому інтелектуально й духовно [11]. Сприйняття текстів масової літератури спирається на рецептивний потенціал менш вибагливого читача, горизонт його очікування, який безпосередньо формує природа жанру рецептованого твору.

Інтелектуальна гра з читачем стає характерною ознакою елітарної літератури поряд із іншими особливостями, таки-

ми як: неозначеність, тенденції до замовчування, відмова від утвердження істинних суджень, інтертекстуальність, зокрема цитування, колажування, гра зі стилями, а також іронічність авторської позиції. На наративному рівні оповіді твір елітарної літератури створює в читача відчуття невизначеності в процесі розвитку подій, змушує його до постійних роздумів та вдумливого читання для найбільш точної інтерпретації художнього тексту. Така невизначеність стає стимулом читацької активності, рушійним мотивом діалогу автора з читачем.

Будь-яка читацька рецепція має право на існування як довершений факт спілкування. Кожен автор (будь-то представник елітарного чи масового письменства) розраховує на те, що його будуть читати, і вірить, що його зрозуміють, інакше втрачається сама сутність літературного мистецтва як особливого виду творчості. Єдиною формою спілкування автора і читача, що ґрунтується на відповідальності та взаємоповазі, є діалог. Тому діалогічність — необхідний фактор для будь-якого розуміння — і чужого тексту, і віддалених у часі текстів [11].

На думку У. Еко, література виступає джерелом естетичного задоволення, тобто певною мірою розважає [12]. Однак одного може «розважити» філософський трактат, а іншого — мелодраматичний роман про щасливе / нещасливе кохання. Таким чином, існує два види читачів: читач масової літератури ставиться до книги пасивно і споживацьки, і автори такої літератури підлаштовуються під його смаки. А читач літератури серйозної, навпаки, активний, він намагається збагнути задум автора, і роман перетворюється на спільну гру-діалог автора і читачів, які перекидають один одному свої значення та асоціації. Слушною видається думка У. Еко, що кожна книга сама формує свого читача, тому твір повинен бути таким, щоб читач кожного разу відкривав у ньому щось нове [12].

Для творів масової літератури, як і для творів літератури елітарної, характерне спілкування, що розірване в просторі та часі, тому зв'язок між комунікантами — дистантний. Оскільки наявність зв'язку між джерелом інформації та її одержувачем є однією з найважливіших умов діалогу, автор за допомогою різноманітних ефектів прагне створити ілюзію контакту з адре-

сатом через текст, що стає основним носієм комунікативного навантаження: ефект роздумів, співпереживання, присутності, словесної наглядності тощо.

Розглянемо основні засоби діалогізації між автором і читачем, які найчастіше використовуються в сучасній масовій літературі (на прикладі творчості Ірени Карпи).

Першим знаком твору масової літератури, який запрошує читачів до розмови, виступає заголовок. На думку І. Р. Гальперіна, його можна метафорично зобразити як «закручену пружину, що розкриває свої можливості під час розгортання» [3, 133]. Залишаючись поза основною частиною тексту, він відіграє важливу роль: у стислій формі виражає основну тему, наскрізний образ; тому саме заголовки текстів масової літератури відображають двосторонність процесу спілкування. Влучний нестандартний заголовок — це й запорука комерційного успіху роману, адже, добре запам'ятовуючись, такі заголовки спонукають читачів до діалогу та дискусій навіть після прочитання книги. Такі заголовки вміло продукує сучасна українська письменниця Ірена Карпа: «Bitches get everything», «Фройд би плакав», «Перламутрове порно», «50 хвилин трави», «Добло і зло» тощо.

Особливістю діалогу Ірени Карпи з читачами є його невинність та розв'язність, приятельський тон; її історії подано в такий спосіб, аби активізувати інстанцію читача, створити ілюзію дружньої бесіди, навіть сповіді близькій подрузі або другові. Авторка послуговується простою розмовною лексикою, нескладними реченнями, використовує безліч деталей, важливих для оцінки ситуації і цікавих саме для молоді читачської аудиторії її книг: «Одне я вам, тьолки, скажу: НІКО-ЛИ не економте бабло своїх мучачиків. Вони цього просто не здатні зауважити» [5, 237]; «Знаєте цю шерхлу траву військових аеродромів?» [6, 2]; «Як би вам пояснити... щось у ній було геть непевне» [6, 3].

Оволодіння оповіддю читачем дає можливість її інтерпретації відповідно до власного культурного рівня та очікувань від процесу читання. Така нав'язана модель спілкування залучає читача до активного процесу самопізнання, який поступово

виходить за межі власне оповіді. І тут читач має обрати один із двох варіантів: або ідентифікувати себе із запропонованим автором образом, або ж прямувати шляхом власної самоідентифікації. Найбільш спеціалізованими засобами діалогізації у романах Ірени Карпи виступають займенники я / ви, що виражається через опозицію наративних форм 1-ша особа / 2-га особа.

У романі «Добло і зло» біографічна постать письменниці заступає собою естетичну категорію «автор» і частково накладається на образ головної героїні — Карпи, що одноосібно моделює наративну структуру твору й будує діалог із читачами.

Одним із засобів точно зорієнтувати текст на читача в Ірени Карпи стає іронічність: авторка адресує твір «своєму» читачеві — молодій людині, що живе в XXI столітті і якій близькі теми й питання, висвітлювані на сторінках романів. Безумовно, це споживач, а не творець, носій молодіжного сленгу, яким так захоплено послуговується письменниця. Завдяки встановленню в спілкуванні через текст неформального контакту з реципієнтом, у читача виникає враження, що автор «свій», того самого кола, що й читач, і йому варто довіряти.

Найбільш популярними мовними засобами адресації, вираження діалогічності між автором і читачем у романах Ірени Карпи виступають:

1. Питальні речення, зокрема риторичні запитання. Використання питальних речень у художньому тексті не вимагає безпосередньої (словесної) реакції від конкретного адресата, вони більше розраховані на інтерпретацію, підтримку та схвалення чи, навпаки, виявляють сумнів позиції автора та бажання дізнатися думку читачів стосовно описуваної події: «А ви як собі думали?» [6, 2]; «Взагалі-то, ми просто каталися. Що ще я вам можу сказати?» [7, 5]; «Знаєте, чим відрізняються пересічні громадяни від творчих одиниць?» [6, 51]; «Вам ясно, що я вже тоді була хорошим ньюз-мейкером?» [5, 67].

2. Засоби суб'єктивної модальності — дієслова наказового способу, що активізують інстанцію читача: «Знайдіть і почитайте журнал «Вязаніє». Бо в цьому тексті жодної корисної для вас інформації не водиться» [5, 151]; «Так що вирвіть попередні

кілька сторінок і подаруйте моїм колегам. Бажано, правда, загорнути в них траву чи барбариски» [5, 208]. Авторка не називає свого адресата, але, призупиняючи розповідь, апелює саме до читача, передбачаючи його можливу реакцію на текст.

3. Експресивні засоби, зокрема емоційна й оцінна лексика, розмовна лексика, образні засоби (прямо адресовані читачеві), інтонаційно-синтаксичні засоби (окличні речення): «Ба! Та вони ж просто мають владу над вашою долею!!! Ааааа!!!» [7, 60]; «Він її: шкряб-шкряб, а там же мармур!!!» [7, 45]; «Але-оп, Фіфі! Ви попали!» [6, 33].

4. Невербальні елементи — шрифт та пунктуація. Зміна шрифту відображає зміну інтонації та логічного наголосу. Деякі пунктуаційні знаки, зокрема три крапки та знак оклику всередині речення, допомагають адресату правильно розподілити увагу й виділити в тексті найбільш важливе з семантичного погляду слово: «Не буду, бо переді мною сидить МІЙ ЛЮБІЙ ДАФЛІШ власною персоною...» [6, 111]; «А кожен другий працівник Укрзалізниці відверто й неприховано потішиться з того, ЯК ТИ ПОПАВ. Траплялися, однак, і чуйні касирки, що по своєму комп'ютеру навіть визначили наші місця (!!) і вагон (!!)...» [7, 60]; «Ну, просто королівський номер! — каже хтось із нас про цей «люкс із гарячою (!) і холодною (!!) водою» [6, 61].

5. Протиставні, єднальні та підсилювальні сполучники і частки (але, адже, а не, лише, не тільки, ну, однак, але й, так от): «Таке от, таке от, от таке...» [6, 22]; «Ну от і всьо» [6, 50]; «Ну це все таке» [6, 77]; «Так от, одного ранку Тріша просто собі прокинулася в другій половині дня...» [6, 77].

6. Вставні і вставлені слова, звороти і конструкції, що виконують різні функції — уточнювальну, пояснювальну, вказівну, оцінну, функцію додаткового повідомлення: «Коротше, як ви вже зрозуміли, чи зрозумієте, кинувши на мене жалісний погляд, я і мода не зустрілися» [5, 111]; «Власне, на останній трохі і зупинимося» [7, 27]; «Вона, здається, посміхається своїми білими зубами й вищипаними бровами» [7, 40]. Модель діалогічної взаємодії тут має традиційний характер: автор взаємодіє з читачем через текст, тому провідна роль належить саме тексту як основному компоненту комунікації.

7. Посилання і примітки як засіб скомпресованого вираження двовимірності тексту в процесі діалогу з читачем: «⁸³Із пісні «A Wolf at The Door» RADIOHEAD. Ви знаєте, що там далі за текстом?...» [6, 112]; «Невже вам потрібен переклад?!» [7, 5] «⁷⁸Особливо потворна марка одягу. Кажись, в оригіналі для гольфу. А що може бути печальнішим за гольф?...» [7, 69].

Загалом, мовні засоби діалогізації використовуються в романах Ірени Карпи для стимулювання інтересу читачів, успішності мовленнєвої взаємодії, налагодження контакту в процесі комунікації, створення довірливої атмосфери дружньої розмови з читачами, спрямовані саме на експлікацію діалогічності художнього дискурсу. Ірена Карпа прагне зробити виклад і хід власних міркувань максимально доступними для потенційного читача, намагається передбачити, змодельовати можливі репліки реципієнта, його заперечення чи нерозуміння окремих моментів викладу (у цьому виявляється активність авторської позиції саме як відповіді на активність читача). Тому діалог з читачем припускає активну позицію як адресанта, так і адресата повідомлення, формування власної оцінки подій та героїв.

Отже, аналіз особливостей взаємодії між автором і читачем у масовій літературі доводить, що характер адресата (у цьому випадку, узагальнений портрет посереднього читача масової літератури) визначає специфіку мовних засобів побудови діалогу автор — читач, що дозволяють автору максимально наблизитися до рівня світосприйняття адресата для досягнення запланованого результату спілкування. Наше дослідження лише певною мірою окреслює означену проблему, тому специфіка діалогу автор — читач у сучасній масовій літературі становить перспективну літературознавчу проблему й потребує подальшого ґрунтовного дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барт Р. Смерть автора / Р. Барт; пер. с фр. // Избранные работы: Семiotика. Поэтика / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. — М.: Прогресс, 1989. — С. 384—391.

2. Бахтин М. Проблемы поэтики Достоевского / М. Бахтин. — М.: Художественная литература, 1972. — 470 с.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. — М.: Наука, 1981. — 140 с.
4. Літературознавчий словник-довідник / Ред. кол.: Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін. — К.: ВЦ «Академія», 1997. — 750 с.
5. Карпа І. Добло і зло / І. Карпа. — Харків: Вид-во «Клуб сімейного дозвілля», 2008. — 317 с.
6. Карпа І. Bitches get everything [Електронний ресурс] / І. Карпа. — Режим доступу: <http://lib.aldebaran.ru/>
7. Карпа І. Перламутрове порно [Електронний ресурс] / І. Карпа. — Режим доступу: <http://lib.aldebaran.ru/>
8. Поліщук Я. Між елітарним і масовим / Я. Поліщук // Література як геокультурний проект: монографія / Я. Поліщук. — К.: Академвидав, 2008. — С. 166–188.
9. Таранова А. «Велике нечитоме» і академічний канон: проникнення масової літератури до парадигми літературознавства / А. Таранова // Слово і час. — 2008. — № 11. — С. 50–56.
10. Фашенко В. У глибинах людського буття: літературознавчі студії / В. Фашенко. — Одеса: Маяк, 2005. — 640 с.
11. Чонка Т. С. Діалог «Автор — герой — читач» у творчості В. Набокова: Автореф. дис. ... канд. філ. наук: 10.01.06 / Т. С. Чонка. — Тернопіль, 2007. — 20 с.
12. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко. — СПб.; М., 2005. — 502 с.