

ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В КЛАССИЧЕСКОЙ И НЕКЛАССИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Н. С. Ищенко

Луганский государственный аграрный университет имени К. Е. Ворошилова

Поступила в редакцию 30 апреля 2024 г.

Аннотация: в парадигме эстетической коммуникации рассматриваются способы взаимодействия читателя с текстами разной природы, вовлечение читателя в пространство художественного действия путем создания интерпретаций и разные варианты сотворчества читателя с автором вплоть до превращения читателя в автора собственных текстов. Изучаются принципы герменевтического анализа на примере творчества интерпретативных сообществ фандомов.

Ключевые слова: текст, герменевтика, герменевтический треугольник, интерпретация.

Abstract: in the paradigm of aesthetic communication, the ways of interaction of the reader with texts of different nature, the involvement of the reader in the space of artistic action by creating interpretations and different variants of co-creation of the reader with the author up to the transformation of the reader into the author of his own texts are considered. The principles of hermeneutical analysis are studied using the example of creativity of interpretative communities of fandoms.

Key words: text, hermeneutics, hermeneutical triangle, interpretation.

В современном литературном пространстве существуют разные стратегии вовлечения читателя в текст и интерпретации текстов, присущие как классической, так и неклассической поэтике. Литературное пространство современности расширяется за счет включения новых видов текстов, в том числе электронных, на основе которых формируются такие феномены, как текстовый блог и фандом, сосуществующие наряду с классическими формами и жанрами. Изучение эстетической коммуникации читателя с автором посредством разных текстов является актуальной задачей как литературоведения, так и философии культуры.

Исследование возможных стратегий интерпретации текста в процессе эстетической коммуникации в данной работе проводится герменевтическим методом.

Герменевтика текстов исследуется в работах Х.-Г. Гадамера, И. В. Лепиховой, В. В. Феррони. Теоретические основы формирования литературного пространства символического обмена рассматриваются в монографии Т. В. Венедиктовой. Эстетическая коммуникация и взаимодействие читателя с автором исследуется в работах А. Г. Бабаян, Р. Барта, Л. М. Гаврилиной. Особенности электронных текстов и тек-

стовых блогов изучали такие авторы, как Е. Горный, С. Ноусон, Ю. В. Балакина, О. А. Громов, Е. И. Лоцан, А. А. Селютин. Фандомная литература исследуется А. В. Солиной.

Исходной точкой возникновения современных способов взаимодействия читателя с текстом является европейский XVIII в., когда появляется буржуазный читатель, по терминологии Т. Венедиктовой. В этот период литературное пространство переформируется, меняет свои характеристики и превращается в пространство символического обмена идеями, образами и эмоциями, порожденными социальной жизнью в повседневном, а не сакральном времени. В этот период сужается пространство трансляции эмоций и ценностей сферы сакрального. Коммерция в широком смысле слова, понимаемая как обмен, захватывает пространство литературы, включая в обмен и читателя. Художественная литература социализирует эмоции повседневности, придает им вид, пригодный для взаимодействия с другими членами общества, воспитывает читателя, учит его использовать свои эмоции как ресурс в процессе символического обмена, осуществляемого в текстовом пространстве [1, с. 35–41].



Символический обмен эмоциями между автором и читателем в литературном пространстве осуществляется посредством эстетической коммуникации. Эстетическая коммуникация – это «процесс передачи не переводимой на вербальный язык интуитивной и любой другой информации, которая может сопровождать, поддерживать и усиливать информацию логическую или семантическую» [2, с. 107]. Раскрытие смысла текста происходит в ходе эстетической коммуникации интерпретатора, т. е. читателя, с автором. Эта коммуникация разворачивается в пространстве художественного текста. Эстетическая коммуникация обеспечивает творческий диалог автора и читателя, что позволяет расширить сферу смыслов, выявить вариативность интерпретаций, участвовать в общем творчестве по поводу и посредством текста [3, с. 145].

Для исследования разных текстов применяются такие герменевтические методы, как «внимательное чтение» М. О. Гершензона и Я. О. Зунделовича, «восполняющее понимание» и «вживание» М. М. Бахтина, «вчувствование» В. Дильтея, а также структурно-семиотический и психоаналитический подходы [4, с. 65]. К структурным методам герменевтики относится анализ отношений в системе автор/текст/читатель, т. е. в герменевтическом треугольнике, концепцию которого предложил Х.-Г. Гадамер [5, с. 61]. Раскрытие смысла текста происходит в ходе эстетической коммуникации интерпретатора, т. е. читателя, с автором.

Триада автор-текст-читатель может рассматриваться как система автор-персонаж-читатель. Проанализируем взаимоотношения системных элементов в триаде читатель-персонаж-автор. Взаимодействие в этом треугольнике принимает разные формы: читатель становится персонажем, читатель становится автором, автор становится персонажем, автор становится читателем, персонаж становится читателем, персонаж становится автором. В поэтике неклассической литературы используются все варианты, в то время как поэтика классической литературы в этом плане более ограничена.

В классической литературе активно используются три варианта взаимоотношений элементов герменевтического треугольника: читатель становится персонажем, автор становится персонажем и персонаж становится автором.

Хотя логически причиной текста является автор, читатель всегда начинает знакомство с текстом с себя, с собственных впечатлений. На первом этапе эстетической коммуникации читатель начинает интересоваться текстом, он продолжает жить своей жизнью, но эта жизнь постепенно меняется под влиянием прочитанного, книга занимает много времени, порождает разные мысли, вызывает яркие эмоции. Увлечение художественным произведением на определен-

ном этапе вызывает чувство самоотождествления с героем, когда читатель осознает, что описанный в тексте персонаж, его чувства и мысли имеют к читателю самое прямое отношение и даже полностью совпадают. Таким образом, читатель становится персонажем, две вершины герменевтического треугольника совпадают. Эта герменевтическая стратегия присутствует практически во всех случаях чтения любого текста и представляет собой минимальное необходимое условие вовлечения читателя в текст новой литературы модерна.

Стратегия превращения автора в персонажа осуществляется, когда автор описывает себя как героя текста. Так строятся разного рода мемуарная литература, литература о путешествиях, дневники и письма реальных лиц. Обработанные художественно, такие записи включают автора как персонажа в рассказ. Обратное направление движения реализуется в случае, когда произведения тех же жанров создаются от имени вымышленных персонажей, т. е. герой произведения оказывается автором записок, писем, дневников. Например, в романе А. С. Пушкина «Евгений Онегин» использованы обе герменевтические стратегии: автор становится персонажем, поскольку он знаком с Онегиным и Татьяной, ему доступны их письма, книги и т. д.; в то же время Татьяна является автором письма, включенного в текст романа, и Пушкин его не переводит, а оставляет в том виде, как оно написано персонажем, подчеркивая его позицию по отношению к тексту.

Рассмотренные три герменевтические стратегии в неклассической литературе дополняются другими вариантами: читатель становится автором, автор становится читателем, персонаж становится читателем.

Одним из самых интересных явлений литературы XX–XXI вв. является возможность для читателя самому стать автором текста. Эта возможность реализуется в таких видах эстетической коммуникации, как текстовый блог и фандом.

Текстовый блог определяется как веб-страница, содержащая личный онлайн-дневник с отзывами, комментариями и различными гиперссылками [6]. Для блогов характерны недлинные записи, доступные читателям в порядке, обратном хронологическому. Как показывают современные исследования, основным назначением блога является предоставление пользователям инструмента для самопрезентации, поиска собеседников и единомышленников, построения сетей взаимодействия.

Активный коммуникант в процесс интернет-общения может преследовать четыре цели: обмен информацией; создание и поддержание контактов; повышение личного рейтинга в сетевом сообществе; развлечение, т. е. общение ради общения. Данные

цели определяются приблизительно, в реальном сетевом дискурсе они, как правило, сосуществуют [7, с. 140].

Характерной чертой в интернет-коммуникации настоящего времени является маргинализация дискурса анонимности и альтернативной идентичности. Если в начальный период массового распространения Интернета анонимность и свобода конструирования разных личностей высоко ценились, то в настоящее время подобные практики отходят на второй план. Основным тренд современного сетевого общения – самоутверждение [8, с. 61]. Таким образом, цель повышения личного рейтинга в сетевом сообществе выходит на первый план. Основным способом ее достижения является самопрезентация коммуниканта.

Повышение личного рейтинга в общении подразумевает реакцию аудитории на практики самопрезентации, реализованные коммуникантом. Важной характеристикой, отражающей этот показатель, является интенциональность – направленность коммуникации, потребность в собеседнике и читателе [9, с. 65]. Интернет-коммуникация, направленная на самопрезентацию коммуниканта и позволяющая выстроить систему обратной связи, получив отклик публики, полнее всего реализуется в блогах.

Что касается целей, преследуемых читателями блогов, можно выделить пять возможных вариантов: поддержание контакта с родственниками и друзьями; получение информации; развлечение; мониторинг общественного мнения; социализация [10].

Самым важным в аспекте построения самопрезентационных моделей представляется последняя цель читателя блога. Социализация подразумевает включение человека в некую социальную группу, усвоение социальной роли, освоение практик и навыков, необходимых на данной ступеньке иерархии. Эту функцию читатели блогов могут реализовать, формируя публику, отзывающуюся на высказанные в дневнике идеи, мысли и впечатления, выраженные посредством электронных текстов.

Под электронным текстом понимается «текст, продуцированный с помощью какого-либо электронного носителя информации (компьютера, телефона, планшета) и совмещающий в себе в той или иной степени черты устной и письменной речи» [11, с. 17]. Электронные тексты классифицируются по степени уникальности, средствам коммуникации, источнику, включенности в гипертекст, наличию мультимедиа, законченности, формату, статусу, функциям и т. д. В то же время, несмотря на разнообразие характеристик, электронные тексты по типу схожи не только «между собой, но и с традиционными (бумажными) аналогами, а электронный письменный дискурс – это, по сути, «препарированный» традиционный дискурс,

где многие теоретически описанные в научной литературе процессы (интертекстуальность, гипертекстовость, полилогичность, приращение смыслов) становятся очевидными» [там же].

Если в поэтике классической литературы читатель рассматривается как адресат текста и может влиять на текст опосредованно, только самим фактом выбора данного текста из множества предложенных, то аудитория текстового блога получает возможность непосредственно влиять на автора. Общая с автором культурная память, схожие модели поведения, сопряженный личный опыт помогают читателям улавливать содержащиеся в блоге послания, давать эмоциональный отклик и обратную связь, позволяющую автору судить об успехе его стратегий самопрезентации. Самопрезентация в блоге складывается из двух составляющих: собственно презентационной и коммуникационной. Разные стратегии самопрезентации создают образ автора, а коммуникация обеспечивает трансляцию этого образа в читательскую среду и формирует обратную связь, отклик читателей, позволяющий автору корректировать свой образ в ходе общения. Так, читатель влияет на автора и становится соавтором текстов в процессе эстетической коммуникации.

Более богатые возможности стать автором предоставляет читателю участие в литературной деятельности фандома.

Фандом представляет собой интерпретативное сообщество какого-либо исходного произведения [12, с. 29]. Текст, вокруг которого строится фандом, называется канон, каноническим текстом, канонным повествованием, прототекстом или претекстом.

Фанатская литература или фанфикшн строится на основании претекста. Суть литературной деятельности фандома сводится к возможно более полному перебору вариантов развития сюжета в разных литературных формах. Отталкиваясь от сюжета канона, фанаты пишут предысторию и пост-историю происходящего, разрабатывают разнообразные боковые ответвления сюжета. Распространенные сюжетные ходы для фанфика – воссоздать предысторию событий; показать то, о чем умолчал автор; дописать, что было дальше; спасти персонажа; описать канонный сюжет с точки зрения другого персонажа.

Огромные возможности писателю-фикрайтеру дает АУ – альтернативный универсум, где описывается, «что было бы, если бы»: если бы храбрый гасконец д'Артаньян приехал в Менг на час раньше или на час позже, если бы он свернул на другую улицу и проехал мимо дома Бонасье, если бы он опоздал с подвесками к балу. В каждой точке сюжета возможен веер вариантов. При этом можно стараться свести сюжет к канону, а можно полностью уйти от канона и создать совсем другое произведение.

В фанфиках можно сохранять характер персонажа, а можно разыгрывать те же события с другими людьми. Этот тип сюжета реализуется в реверсе и кроссвере. Реверс в сюжете «Трех мушкетеров» может выглядеть следующим образом: Констанция – королева, Анна – камеристка – что тогда будет? Портос – граф де Ла Фер, он женится на Анне де Бейль, а Атос встречается с госпожой Кокнар, – как будут развиваться события?

В кроссвере герои одного канона разыгрывают сюжет другого: Атос и д'Артаньян оказываются на Бейкер-стрит, 221б и должны расследовать дело собаки Баскервильей, а Холмс и Ватсон живут в Париже XVII в. и должны вернуть подвески из Англии. Пример кроссвера с сайта fanfics.me: «Фик “Охота к перемене мест” – кроссвер “Гарри Поттера” с циклом “Отблески Этерны” Веры Камши. Рассказывает эта история о том, что произошло, когда двойной шпион, преподаватель зельеварения и талантливый волшебник Северус Снейп поменялся местами с Рокэ Алвой – полностью лишенным способностей к магии Первым маршалом огромной и прекрасной страны Талиг».

Реверсы и кроссверы позволяют читателю-писателю сконструировать множество вариантов сюжета с разными персонажами и поставить любимых персонажей в самые разные ситуации. Текст канона и фанона превращается в гипертекст, связывающий разные книги, фильмы, сериалы, арт, музыку. На основе канона растет и развивается своя литературная мультивселенная. Фандом, как коллективный субъект, создает своеобразный гипертекст, включающий разные версии сюжета, созданные в любых жанрах. Так, в деятельности фандома реализуется концепция Р. Барта о смерти автора [13].

С позиций философии культуры фандом представляет собой группу, строящую свою культурную память на основе канонического текста. Такая группа может транслировать свое самосознание, создавать разные интерпретации канонического текста, приспосабливаясь к новым обстоятельствам, включать в эстетическую коммуникацию новые тексты и трансформировать входящую информацию в соответствии со своим мировоззрением. Эта группа является коллективным автором гипертекста. Так, в ситуации неклассической поэтики читатель становится автором.

Последняя герменевтическая стратегия, когда автор становится читателем, также реализуется в современной литературе. Автор может стать читателем только посредством воплощения в персонажа. Это происходит, когда автор создает персонажа, читающего написанный автором текст. Часто эта стратегия используется в детективных произведениях, когда один из персонажей, как читатель, разгадывает загадку, а также в литературе других жанров, сюжетах

с потерей памяти, когда персонаж должен по знакам, оставленным им в прежней жизни, восстановить свою личность, прочитать текст своей жизни. Так создается поэтика, соединяющая две герменевтические стратегии: персонаж становится читателем и автор становится читателем.

Таким образом, в современной литературе используются разные герменевтические стратегии, позволяющие реализовать все возможные варианты взаимоотношений субъектов в герменевтическом треугольнике. В классической поэтике читатель находится вне текста. Читая художественное произведение, читатель отождествляет себя с персонажем, но это событие остается за рамками текста. Также в классической поэтике реализуется стратегия автор становится персонажем и персонаж становится автором. В неклассической поэтике добавляются новые герменевтические стратегии: читатель становится автором (в текстовом блоге и фандоме), автор становится читателем и персонаж становится читателем. Характерно для поэтики современной литературы, что все стратегии постоянно взаимодействуют и выделить какую-то из них в чистом виде бывает нелегко. Эстетическая коммуникация современности динамична, включает читателя, персонажа и автора на разных позициях в герменевтическом треугольнике, что позволяет формировать гипертекст, создавать полифонию интерпретаций в полилоге и генерировать новые смыслы текстов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Венедиктова Т. Литература как опыт, или «Буржуазный читатель» как культурный герой. М. : Новое лит. обозрение, 2018. 280 с.
2. Гаврилина Л. М. Эстетическая коммуникация в пространстве культуры (на примере Калининградской региональной субкультуры) // Вестник Моск. гос. ун-та культуры и искусств. 2015. № 4 (66). С. 105–111.
3. Бабаян А. Г. Эстетическая коммуникация как метод распознавания личностных смыслов в тексте // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2010. № 8. С. 141–150.
4. Летихова И. В. Герменевтика кинореальности // Контекст и рефлексия : философия о мире и человеке. 2014. № 5. С. 64–85.
5. Феррони В. В. Философская проблема понимания: от классики – к современности. Ч. 1 : Классика // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия: Философия. 2013. № 2(10). С. 50–71.
6. Nowson S. The language of weblogs : a study of genre and individual differences. PhD Thesis (Unpublished manuscript). University of Edinburgh, 2006. 279 p.
7. Селютин А. А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности // Вестник Челябин. гос. ун-та. Серия: Филология. Искусствоведение. 2009. № 35 (173). – Вып. 37. – С. 138–141.

8. Лоцан Е. И. Интернет как новая фактура речи / Е. И. Лоцан // Язык и социальная динамика. 2011. № 311. С. 35–42.

9. Громов О. А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Социология. 2013. № 2. С. 59–66.

10. Gorny E. Russian LiveJournal : National specifics in the development of a virtual community // Russian-Cyberspace.org. 2004. URL: www.ruhr-uni-bochum.de/russcyb/library/texts/en/gorny_rljl.pdf

11. Балакина Ю. В. Электронный текст : принципиально новый вид текста? // Вестник Волгоград. гос. ун-та. Серия 2, Языкознание. 2016. Т. 15, № 3. С. 17–27.

12. Солина А. В. Русскоязычный фанфикшн как объект полидисциплинарного исследования // Вестник Моск. гос. ун-та культуры и искусств. 2022. № 2 (106). С. 26–35.

13. Барт Р. Смерть автора // Избр. работы. Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. М. : Прогресс, 1989. С. 384–392.

Луганский государственный аграрный университет имени К. Е. Ворошилова

Ищенко Н. С., кандидат философских наук, доцент кафедры философии

E-mail: ninaofter@yandex.ru

Lugansk State Agrarian University named after K. E. Voroshilov

Ishchenko N. S., Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Department of Philosophy

E-mail: ninaofter@yandex.ru