

УДК 158.3(075.8)

**Н. В. Сапригіна**, канд. психол. наук, доц.  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

### РІВНІ АДРЕСАТА У КОМУНІКАЦІЇ ЧИТАЧА ТА АВТОРА ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ

Автор пропонує рівневу концепцію адресації художнього тексту. Існує чотири рівні адресації, що вимагають відповідну компетенцію читача. Перші три рівні — рівень дитини, рівень героя, рівень автора. Четвертий рівень — наадресат. Вказані рівні виходять з особливостей метатексту. Співпадання рівню, який очікує читач, з рівнем, запропонованим автором, сприяє емпатії читача. Неспівпадання порушує розуміння.

**Ключові слова:** комунікація, мистецтво, художня література, письменник, читач, рівень, адресат, наадресат.

Актуальність вивчення проблем комунікації, опосередкованого спілкування, сприймання та впливу художньої інформації пов'язана з кількісним зростанням та якісними змінами комунікаційних процесів у сучасному суспільстві, застосуванням технологій впливу у політичних та рекламних кампаніях та необхідністю вивчення наслідків та ефективності цього впливу. Розвиток сучасної психолінгвістики також сприяє активному вивченню вербальних особливостей тексту й характеристик метатексту, які впливають на сприймання, розуміння та вплив повідомлення.

Комунікацію, що здійснюється засобами творів мистецтва, прийнято називати художньою комунікацією. Актуальність вивчення особливостей художньої комунікації зумовлюється тим, що дослідження художньої комунікації допомагають вивести загальні закономірності, притаманні процесам комунікації. Також об'єктом наукового вивчення може бути виділення переважно художніх засобів впливу інформації на індивіда, оскільки в сучасних ЗМІ за межами художніх творів поширюється використання відомих та інтуїтивно вживаних засобів впливу, запозичених з арсеналу мистецтва.

Мета статті — дати пояснення деяким особливостям сприймання та впливу художнього твору через запропоновану нами концепцію рівневої взаємодії автора й читача художнього тексту засобами метатексту; описати рівні адресації художнього тексту, їх роль у процесах розуміння художнього тексту та емпатії.

За допомогою спілкування та обміну інформацією людина будує свої соціальні відношення з іншими людьми. А. А. Леонт'єв розрізняє: 1) предметно-орієнтоване спілкування — таке, що спрямовано на зовнішні цілі діяльності, «взаємодія у процесі сумісної діяльності» [14, 256], у процесі виконання певної роботи, яка вимагає поліпшення організації праці шляхом спілкування; 2) особистісно-орієнтоване спілкування — таке, що спрямовано на «зміну у психологічних відносинах людей» [14, 256], де головними чинниками стають взаємосприймання комунікантів, передача та розуміння їх емоцій, цінностей, та 3) соціально-орієнтоване спілкування, що «приводить до зміни у соціально-психологічній та соціальній будові суспільства або стимуляції прямих соціальних дій через вплив на психіку членів даної соціальної групи або суспільства у цілому» [14, 256].

Близький до цієї класифікації розподіл процесів спілкування на складові здійснює Г. М. Андреева. Дослідниця вважає, що в спілкуванні треба розрізняти три аспекти: комунікативний, інтерактивний та перцептивний [2, 82], тобто обмін інформацією, взаємодію та соціальну перцепцію. «Комунікативна складова спілкування, або комунікація у вузькому сенсі слова, становить обмін інформацією поміж індивідами, що спілкуються. Інтерактивна складова міститься у організації взаємодії поміж індивідами, що спілкуються, тобто в обміні не тільки знаннями, ідеями, але й діями. Перцептивна складова спілкування означає процес сприймання та пізнання один одного партнерами по спілкуванню і встановлення на цьому підґрунті взаєморозуміння» [2, 82]. Опосередкований вплив, який здійснюється повідомленням, може вважатися за прояв взаємодії.

Комунікація здійснює інформаційний обмін і взаємодію між індивідами (міжособистісне спілкування), між індивідами та групою, між групами (соціальне спілкування). Різновидом останнього є процеси масової комунікації в ЗМІ, побудовані як звернення до аудиторії [17, 37], та художня комунікація, що адресується до широкого кола глядачів або читачів. Масова за формою, художня комунікація за засобами впливу подібна до міжособистісної комунікації — вона не підкреслює, що глядачі (читачі) є групою зі спільними ознаками, а знаходить шляхи звертання до індивідуальності реципієнта.

Відома також класифікація процесів спілкування Б. Ф. Ломова, який виділив в ній чинники інформативно-комунікативний, регулятивно-комунікативний та афективно-комунікативний [15, 85]. Вказані класифікації описують процес спілкування на горизонтальному рівні, а чинники розглядаються як рівноправні.

Нас цікавить рівневий опис процесів комунікації. Як відомо з життєвого досвіду, письменник є лідером у спілкуванні, виконує більш активну роль, ніж читач: ділиться досвідом, розповідає те, що читач не знає, підказує емоційне та оцінне ставлення до зображуваних людей та подій. За цю активну роль у комунікації письменника треба вважати не просто комунікантом, а комунікатором. Так називають індивіда, що породжує повідомлення у засобах масової комунікації, сама особистість якого, крім текстів, також здійснює вплив [17, 32]. Традиційно в описах процесів комунікації особа, що передає повідомлення, має назву продуцента (якщо він є й автором повідомлення). Той, хто сприймає повідомлення (слухає, читає, декодує), називається реципієнтом [9, 82]. У психології прийнято позначення особи, що породжує повідомлення, як мовника, а того, хто приймає його, як слухача [9, 82]. Літературознавець та філософ Ю. М. Лотман, вивчаючи художню комунікацію письменника й читача, вживав терміни «адресант» — той, хто породжує текст, і «адресат» — той, хто читає [16].

Мовлення має рівневу організацію. Виділяються фонологічний, морфологічний, лексичний, граматичний (синтаксичний) рівні [9, 99]. Можемо припустити, що й сприймання тексту має рівні, та серед них є рівні більш високі, ніж граматики й синтаксис. Також припускаємо, що у цих рівнях певну роль грає ставлення до особи адресанта (комунікатора).

Вперше питання про особливості сприймання художнього твору та естетичну реакцію читача поставив Л. С. Виготський [7]. Йому належить і схема сприймання твору І. О. Буніна «Легке дихання». Сприймання йде двома протилежними потоками: пошуки підґрунтя для оцінки героїні та пошуки послідовності подій. Порушення хронології автором оповідання стало прийомом впливу на читача.

Особливості психології створення художнього твору вивчали М. Арнаудов [3], О. Г. Ковальов [11], особливості читацького сприймання — Б. М. Теплов [21], І. В. Страхов [20], М. А. Ігнатенко [10], В. П. Белянін [5], В. М. Аллахвердов [1]. Першим дослідником проблеми взаємовпливу автора й читача став М. О. Рубакін [19].

Художня комунікація — це процес, у якому комунікація відбувається між автором і образом читача, а при зворотному зв'язку — між читачем і образами героїв і автора. Образ автора і образ героя в уяві читача, а також образ читача в уяві автора служать трансляторами образів реальних комунікантів. Образ читача, як правило, не відображується письменником. Спілкування у системі «автор—текст—читач» проходить за допомогою «квазіоб'єкту» — тексту, що несе ознаки об'єкту матеріального світу — закономірності краси та гармонії [13, 324].

Художня і міжособистісна комунікація мають спільні та відмінні особливості. Художня комунікація несе віртуальну інформацію, яка не вважається за обман. Особа, яка викликала потребу в комунікації, у художньому творі зазнає перетворення, внаслідок якого може виникнути образ, не подібний до прототипу. Адресат може знайти свій образ там, де автор того не передбачав. Так, Анна Керн випрохала у Пушкіна автограф віршу «Я помню чудное мгновенье...», бо вирішила, що вірш присвячений їй.

Найважливішими процесами, що зумовлюють розуміння у комунікації, є ідентифікація та емпатія. «Одним із найпростіших засобів розуміння іншої людини є уподоблення себе їй» [2, 121]. Існує тісний зв'язок між ідентифікацією та емпатією: в них присутнє вміння поставити себе на місце іншої людини [2, 121]. М. М. Обозов виділяв три рівні емпатії: співчуття (коли майже не змінюється емоційний стан людини, що його відчуває), співпереживання (чужі біди та тривоги міняють емоційний стан людини), активну дію (поведінку, скеровану на допомогу тому, за якого переживають) [18]. Тобто когнітивна, емоційна та поведінкова настанови, що проявляються у емпатії, характеризуються різними рівнями активності.

Ми припустили, що один з механізмів, який бере участь у процесах розуміння художнього твору, — це настройка письменника на рівень читацького сприймання. Співпадання рівню, який очікує читач, з рівнем, запропонованим автором, сприяє емпатії читача. Розглянемо рівні читацької адресації. (Тексти письменників також мають рівневі характеристики, на яких ми в цій роботі не зупиняємось.)

Образи читачів в уявленні письменників узагальнюються до деяких осіб, які відносяться один до іншого і до автора в ієрархії. Ієрархія присутня і в узагальненнях читача щодо героїв твору та автора. Цю ієрархію можна відобразити за допомогою метатексту, що буде таким: «автор вищий за читача», «герой вищий за читача», «герой нижчий за автора». Письменник відображує особливості очікувань читача. Сприймання читача має рівні, що існують також і у повсякденній комунікації.

Е. Берн [6] висунув ідею про те, що в особистості індивіда містяться три відносно автономні підструктури. Це Дорослий, Батько, Дитина. В різних ситуаціях одна й та ж людина може проявляти риси Дорослого, Дитини, Батька. Точка зору Паустовського про необхідність писати так, щоб було зрозуміло дитині, дала нам підставу виділити перший рівень адресації — рівень дитини (аналогія з Дитиною, за Е. Берном). Другий рівень — рівень герою (аналогія з Дорослим) обґрунтовується психологічною особливістю наближення читацько-

го Я до Я героя, які в деякий момент повністю ототожнюються. Літературознавці спостережують ідентифікацію читача з героєм у творах К. Г. Паустовського [12, 98].

Автор вищий за своїх героїв: він вигадує їх життя, може врятувати персонажів, судити їх вчинки. Тому третій рівень — рівень автора (аналогія з Батьком).

Вищим за рівень автора є четвертий рівень — рівень нададресата. Під терміном «нададресат» ми, так, як М. М. Бахтін, розуміємо особу (реальну чи узагальнену) або групу осіб, відносно яких автор вважає, що вони мають право оцінювати його твори за об'єктивними критеріями добра, справедливості, краси, художності тощо [4, 305–306]. Для поняття «нададресату» можна навести аналогію з поняттям «супер-Его», розробленим З. Фрейдом [22].

У творчості К. Г. Паустовського ми виявили особливість, яку ми позначили як єдність адресата. При створенні своїх книг автор орієнтується на один і той же тип особистості читача. Головний ліричний герой письменника подібний до авторського Я, а інші герої уявляють собою варіацію одного й того ж образу.

У творах М. О. Булгакова спостерігається тяжіння до множинності адресатів. Булгаков адресує свої твори мінімум двом, максимум — чотирьом адресатам різних рівнів, і ці типи читачів не поєднані між собою. Прагнення до розрізнення особистостей читачів письменник підкреслює різними соціальними характеристиками персонажів, з якими може ототожнювати себе читач, зображенням їх різного миросприймання. Образ Івана Бездомного відображує подвійність душі героя. Доросла частина його Я навчилася від суспільства Шарикових брутальності, прагненню мислити стандартно, агресивності. Інша частина особистості героя — Дитина, що шукає правди, відверта, але й безпорадна.

В процесах ототожнювання читача з героєм важливу роль грають механізми емпатії. За їх допомогою іде пошук конкретного персонажа, який може сподобатися читачу. Співпадання рівню, який очікує читач, з рівнем, запропонованим автором, є позитивним результатом пошуку і теж сприяє емпатії читача.

Чотири типи адресата ми розподілили за зростанням рівню знань, творчої та соціальної активності уявленого читача: 1) читач, схожий на дитину — дитина прагне до справедливості, але знає мало; 2) читач, схожий до героя (героїв) — герой знає набагато більше за дитину, соціально активний, йому відомо, що таке робота; 3) читач, схожий з автором, — активний, креативний, знає й розуміє набагато більше героїв; 4) читач-нададресат (знає й розуміє більше автора, має авторитет та моральне право оцінювати автора і героїв). Тобто рівні читацького сприймання тексту можна характеризувати як рівні компетенції.

Читачі можуть знайти себе у романі «Майстер і Маргарита» серед персонажів, близьких за рівнем читацького сприймання. Образ персонажа, схожого з дитиною, — Іван Бездомний, який у середині роману одержує ім'я Іванушка. Іван на початку книги — сильний, активний, тобто подібний до героя. Найбільш активна, емоційна, з прагненням до справедливості, Маргарита безперечно вважається головною героїнею книги й викликає у читачів багато симпатій. Можна уявити собі й читачів, що ототожнюють себе з майстром: першими читачами роману були представники творчої інтелігенції. Близьку до читача-нададресата роль суддів беруть на себе різні персонажі — критики-руйнівальники, закохана жінка, інфернальні сили. І є десь, овіяний таємницею, Вищий Суддя — Той, про Кого майстер писав свій роман.

Булгаков у певний період життя бажав бачити в ролі нададресата І. В. Сталіна — найвищу особу у державі. Булгаков декілька разів звертався до Сталіна з листами, в яких ставив питання про свою літературну долю (Уряду СРСР, 28 травня 1930 р.; лист до І. В. Сталіна, 10 червня 1934 р.). Сталін відповів на перше звертання розмовою з Булгаковим по телефону, пообіцявши безробітному письменнику, якого переслідувала критика, місце режисера у Московському Художньому академічному театрі.

Але нові п'єси, які замовляли письменникові, жорстоко критикували. Від письменника вимагали змін у п'єсах, а потім, коли Булгаков переробляв їх, п'єси заборонялись. П'єса «Мольєр» витримала 6 вистав і була знята зі сцени після статті в «Правді». Булгаков вирішує зробити незвичайний хід. Він створює п'єсу «Батум», де в ролі юного позитивного героя виводить нададресата — Сталіна.

Не скінчаються суперечки серед літературознавців, як пояснити цей вчинок письменника. Б. М. Гаспаров [8, 87] бачить у прагненні Булгакова почати розмову зі Сталіним засобами художньої комунікації, свідому аналогію зі вчинком Пушкіна, який звертався з листом до Миколи I з проханням бути його цензором. Але спочатку було художнє звертання Пушкіна до Миколи I — станси «В надежде славы и добра...». Засобами художнього тексту Пушкін прохав царя бути добрим та милосердим.

В художньому творі автор, подібно до Батька, є вищим за своїх героїв. Ми вважаємо, що саме порушення ієрархії, яке спричинив Булгаков, перетворивши Сталіна на головного героя п'єси «Батум», було причиною невдоволеності керівника держави. З нададресата Сталін перетворився у героя, тобто був «знижений» на два рівні. Та й рівень знань, який приписується юнаку, менший, ніж компетентність генерального секретаря. Інші схвалювачі Сталіна зберігали за генсеком роль нададресата, вищої особи у країні, описували його статично, не робили персонажем, що брав би участь у будь-яких інших подіях, ніж офіційна історія ВКП(б). В усному відгуку Сталіна про п'єсу Булгакова відобразилась незадоволеність тим, що автор «бажає налагодити співвідношення» й занурює героя у «вигадані» обставини. Однак «вигаданість» — це лише слідство того, що автор художнього твору керує сюжетом і героями.

Порушення ієрархії в зображенні Сталіна призвело до зникнення емпатії до Булгакова, зумовило нерозуміння п'єси. Неуспішність комунікації у трансакції Булгакова до Сталіна пояснюється тим, що для Сталіна художня комунікація мала набагато менше значення, ніж для письменника, хоча Сталіну був притаманний художній смак і йому подобалась п'єса Булгакова «Дні Турбіних». Реакція Сталіна на п'єсу важко вплила на душевний стан Булгакова. Хвороба письменника зазнала загострення, і через півроку Булгакова не стало.

Не виключено, що зображення Сталіна як персонажу для Булгакова було реалізацією підсвідомого прагнення піднятися над ситуацією, що скувала письменника. Однак письменник не врахував, що адресат жорстко реагує на подолання ієрархії рівнів комунікації.

**Висновки.** Для пояснення процесів сприймання, розуміння та впливу художнього тексту ми використовуємо власну концепцію рівневої взаємодії у системі «автор — текст — читач». Один з механізмів, який бере участь у процесах сприймання художнього твору, — це настройка письменника на такий рівень ієрархії очікувань читача, який відповідає читацькій компетенції. Ми виділили чотири рівні адресації твору. Три перших рівні — рівень дитини, рівень героя та рівень автора — відповідають підструктурі особистості Дитини, Дорослого,

Батька за Е. Берном. В художній комунікації до побутових рівнів ми додаємо четвертий рівень — рівень нададресату (за М. Бахтіним). Ці рівні зумовлені метатекстом, зміст якого: «читач нижчий за автора», «читач — рівний», «читач — вищий». Співпадання рівню, який очікує читач, з рівнем, запропонованим автором, допомагає розумінню твору і сприяє позитивному впливу.

### Література

1. *Аллахвердов В. М.* Психология искусства. — СПб., 2001.
2. *Андреева Г. М.* Социальная психология. — М., 1999.
3. *Арнаудов М.* Психология литературного творчества. — М., 1968.
4. *Бахтин М. М.* Эстетика словесного творчества. — М., 1979.
5. *Белянин В. П.* Аспекты изучения психологии читателя. — М., 1979.
6. *Берн Э.* Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. — Минск, 1992.
7. *Выготский Л. С.* Психология искусства. — М., 1987.
8. *Гаспаров Б. М.* Из наблюдений над мотивной структурой романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» // Даугава. — 1989. — № 1.
9. *Глухов В. П.* Основы психолингвистики. — М., 2005.
10. *Игнатенко М. А.* Читач як учасник літературного процесу. — К., 1980.
11. *Ковалев А. Г.* Психология литературного творчества. — Ленинград, 1960.
12. *Ковский В. Е.* Некоторые эстетические принципы предметной изобразительности в произведениях К. Паустовского // Изв. АН Киргизской ССР. Сер. обществ. наук. — 1963. — Т. 5, вып. 2.
13. *Леонтьев А. А.* Психология общения. — Изд. 2-е. — М., 1997.
14. *Леонтьев А. А.* Основы психолингвистики. — М., 1999.
15. *Ломов Б. Ф.* Общение и социальная регуляция поведения индивида // Методологические проблемы социальной регуляции поведения. — М., 1976.
16. *Лотман Ю. М.* Внутри мыслящих миров. Человек — семиосфера — история. — М., 1996.
17. *Матвеева Л. В., Анисеева Т. Я., Мочалова Ю. В.* Психология телевизионной коммуникации. — М., 2004.
18. *Обозов Н. Н.* Межличностные отношения. — Ленинград, 1976.
19. *Рубакин Н. А.* Психология читателя и книги. Краткое введение в библиологическую психологию. — М., 1977.
20. *Страхов И. В.* Психология литературного творчества (Л. Н. Толстой как психолог). — М.: Воронеж, 1998.
21. *Теплов Б. М.* Заметки психолога при чтении художественной литературы // Избр. тр.: В 2 т. — М., 1985. — Т. 1.
22. *Фрейд З.* Я и Оно // Фрейд З. Психология бессознательного. — М., 1990. — С. 425–429.

**Н. В. Сапрыгіна**, канд. психол. наук, доц.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

#### **УРОВНИ АДРЕСАТА В КОМУНИКАЦИИ ЧИТАТЕЛЯ И АВТОРА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА**

##### **Резюме**

Автор статьи предлагает уровневую концепцию адресации художественного текста. Существует четыре уровня адресации. Первые три уровня — уровень ребёнка, уровень героя и уровень автора. Четвёртый уровень — нададресат. Уровни заданы метатекстом. Совпадение уровня, который ожидается читателем, с уровнем, предложенным автором, способствует эмпатии. Несовпадение разрушает понимание.

**Ключевые слова:** коммуникация, искусство, писатель, читатель, художественный текст, метатекст, уровни адресации.

**N. V. Sapryguina**, Doctor of psychology of sciences, reader  
Odessa's National University by name of I. I. Mechnikov

**LEVELS OF ADDRESSEE IN THE COMMUNICATION BETWEEN THE AUTHOR AND  
THE READER OF LITERARY TEXT**

**Summary**

The author of the article allocates the concept of four levels of the competence of addressees of literary texts. The first three levels are the level of Child, the level of Hero, the level of Author. The fourth level is Higher Addressee. These levels are the part of metatext. The concurrence of a level, which is expected by the reader, with a level offered by the author promotes empathy. The discrepancy destroys understanding.

**Key words:** communication, art, writer, reader, literary text, metatext, levels of addressee.