

ТРИХОТОМИЯ «СЛОВО – ОБРАЗ – ЗВУК» И «МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ЧИТАТЕЛЬ» (ВИДЕОДИАГНОСТИКА «РАССКАЗЫВАЙТЕ С НАМИ» – 1986- 2005 ГГ.)

КВЕТУШЕ ЛЕПИЛОВА (ОЛОМОУЦ)

*„Все взрослые раньше были детьми, но кто из них это помнит?“.
Antoine de Saint-Exupery*

Всякое знание основано на сравнении. С детства мы привыкли методу сравнения и сравниваем с собственным субъектом, с пространством и временем: мир для нас антропоцентрический, для детей эгоцентрический. Если надо толковать явление, изучение близких или смежных по своей природе явлений путем их взаимного сопоставления, выявление признаков их общности и различий позволяют не только получить сравнительную характеристику, но и вскрыть существенные стороны онтогенезиса явлений. Это можно показать также на онтогенезисе детского и юного читателя в эксперименте т.н. видеодиагностики (Лепилова, 1986 – 2005), не раз в плане трихотомии «слово – образ – звук» в отношении с новым т.н. мультимедийным читателем (термин К. Л.).

Всю жизнь мы ищем истину в неистинах: что такое рецепция поэтика художественного текста сейчас? Развитие литературы и культуры, эстетики и литературоведения в начале третьего тысячелетия вызывает необходимость более систематично исследовать общественную функцию литературы в связи с ее многозначностью, т. е. также с восприятием ее поэтики адресатом. Понятие поэтика автоматически связано с художественным текстом, причем кто знает, как мы воспринимаем поэтику текста и что читатель «видит»? Этот вопрос сосредоточен обыкновенно на исследовании отношения слово

(текст) – образ. По традиции понятие поэтика обыкновенно обозначает способ конструкции и форм литературного произведения, причем с одной стороны поэтика излагается как вопросы языка, с другой стороны как результат воздействия внеязыковой действительности (исторической, общественной и др.), итак рецепция поэтики текста лингвистическая, литературоведческая и эстетическая проблема. Однако в отношении художественный язык и текст поэтика первоначально имеет вербальную сущность.

1. Коммуникативные барьеры (Слово, образ, звук, акселерация)

«Если мало слов в детстве, то мало слов во всей жизни».

К. Чапек

В наше время любое слово родной речи воспринимается бегло, подсознательно и повторяемое в рекламе словосочетание или стихок может быстро измениться в клише или фразу. В настоящее время техника чтения и тем более рецепция метафоры в тексте влечет за собой новые коммуникативные барьеры. Еще в половине прошлого века в школе владело т.н. обязательное чтение стихов (причем уже тогда юного читателя всегда больше интересовала антиципация сюжета прозы). Коммуникативным барьером становилась акселерация жизни: гаснут и уходят сюжеты, забываются образы, которые в современности ничего не подсказывают читателю, так как эти образы не отвечают требованиям: в образ входит время. В сравнении с виртуальным образом, все-таки достаточно реальным мультимедийным образом, словесный образ идеальный, он предполагает разный уровень рецепции разными читателями.

В исследованиях конференций и симпозиумов обыкновенно сочтается только «слово и образ» (word and image), но в настоящее время свои права все сильнее реализует оглушительный звук (sound). С раннего возраста голосовой контакт ребенка с близким человеком заменяет дисплей, бум образа и звука реклам, клипов и шоу не только на улице (в супермаркетах и мульткино), но даже дома (телевидение, радио, мобиль). Утрату нежности поэтики из-за агрессивности звуковой речи реклам и клипов дети не чувствуют.

Всякий текст начинается со слова. Притом все растущее количество информации (частота слов в речевой коммуникации) не соответствует процессу рецепции словесных образов и восприятия текста в целом: напр., словосочетание «луна встала» юные респонденты часто не считают персонификацией (*ведь луна не сидела...*). Частота рецепции образа телевидения/видеообраза/ монитора по Интернету

уже в дочитательском возрасте (3-6 лет) принуждает адресата воспринимать посредством образа и избавляет его от потребности воспринимать семантику и метафорику слов текста. Под влиянием восприятия образа в мультимедийной сфере даже в иллюстрированных журналах и в детских книгах нарастает место для фото и иллюстрации.

Конечно, при сравнении основной единицы вербальной речи выделяется слово как абстракция, если оно изолируется от предметной конкретизации речи образа. Воображение конкретного слова требует активной воли адресата текста. Нужным условием воображения является способность мозговой коры сохранять в памяти прежние следы восприятия текста прозы. В поэзии бывает иначе: чем меньше слов, тем больше они могут сказать (поэт Mallarmé был убежден, что достаточно словосочетания «une fleur», чтобы оно открыло мир запахов, форм, цветов, настроений и мыслей).

Первая форма словесного искусства – поэзия, которую пели и которая отличается ритмически и интонационно от речи, она первый стимул для будущего чтения (reading), постепенно также культурного чтения (readership). Звук речи обозначен сигналом тона. Несмотря на то, что поэзия и музыка исходят из разных предпосылок и возможностей, мы чувствуем их глубокую родственность. Итак теоретическая проблематика литературно-поэтической и музыкальной текстуральности переплетаются. Об этом напоминают *Мелодика русского лирического стиха* и *О звуках в стихе* Б. Эйхенбаума (1924), который сформулировал понятие музыки стиха как совокупность акустических приемов, вызывающих эмоциональное настроение в т. н. романтической поэзии (реализация текста не музыкальными инструментами, а языковыми). Поэты того времени отождествляли звук музыкальный со звуком поэтическим (уровень ритмически-семантический), Мандельштам говорит даже о слиянии зрения и слуха, оба вида чувственных смыслов являются единым процессом рецепции искусства. Мандельштам задумывался над сущностью феномена звук, который отождествлял с музыкальным тоном, В. Жирмунский противопоставляет слово музыке как две разнородные стихии (Жирмунский, 1979).

Сейчас на восприятие слова в образе оказывает влияние агрессивный звук рекламы и клипов, однако не в плане слова, а как звуковая кулиса (слово даже не раз теряется в ней). Звук легко входит в жизнь детей с афиш и со звуком рекламы радиовещания в супермаркете, куда дети с родителями все чаще привыкли ходить. Самые маленькие

дети считают рекламу естественной частью семейной жизни, составной частью телепередач: благодаря позывным передачи различают рекламу и программу (*«реклама громче и другого цвета, мама с палкой уходят в кухню»*...). На вопрос, каковы ассоциации слова *молоко*, у вузовцев как респондентов представляются ассоциации: *холодильник, стакан, мороженое, бутылка, кошка, какао*, но у детей также *фиолетовая корова* (т.е. корова, стоящая на луку как реклама шоколада Милка).

Мир очутился в оптически-акустическом плену рекламы (слово сопровождает звук и невербально реализуется в образе). Акселерация стиля времени и маркетинг уничтожают восприятие синонимического богатства слова, если под шум рекламы как звуковой кулисы уже двухлетние дети воспринимают слово в образе. Этот процесс показала т.н. видеодиагностика (темин К. Л.). Новое поколение с детства воспитано не на бабушкиных сказках (как на модели жанра), а посредством хаоса телевидения и рассказов зарубежной продукции. Смотря и слушая телевидение и компьютер как самостоятельный выбор информации и фактов для собственного развлечения, дети ищут возможность развлекаться, находя внутренний диалог с компьютером, но утратив, таким образом, активную культуру речи диалога со взрослыми.

2. Т. н. видеодиагностика

(цикл *«Рассказывайте с нами! – 1986-2005»*)

«Сказка – это повествование няни».

Платон

Многое из вышесказанного опирается на девяти частях серии т. н. видеодиагностики, эксперимента с группой девяти детей с их трехлетнего возраста в детском саду по их вузовский возраст 23 лет (Лепилова, 1986-2005). Будущий процесс чтения ребенка всегда начинался с рассказывания стишков и сказок, со звука сказки *«Жили, были...»* и с голосового контакта *«ребенок – взрослый»*. Привычка активно слушать сказку (и позже слушать ее по радио) перешла в ленивое развлечение смотреть ее по телевидению (видео, компьютеру). В сказке огромное значение имеет (кроме конкретизации сущности сказочного текста) сознание инокультурной традиции, национального и универсального мифа и архетипа в устной словесности, сознание локальной идентичности в глобальном мире. Сказка уже с раннего детства помогает развивать интеркультурные контексты, если в народной или классической авторской сказке для детей существуют

ведущие модели и характеристики инокультурного мира. Громкость, крик, страх за героев виртуальных сказок становится мотивом переживания сюжета боевиков. Уже среди малышей.

Рецепция поэтики текста юными адресатами не исходит из понимания контекста и традиции. 1. Современное видение картины мира, мироощущение хаоса адресатом литературы поддерживается с детства хаосом телевизионной сказки и виртуальной реальности видео, подсознательностью, интуитивностью восприятия жестоких сюжетов и образов зарубежных мультипликационных фильмов. 2. Хаос в восприятии таких сказок поддерживается неспособностью сосредоточиться на чтении из-за общего требования развлекательности, влияющей на рассеянность т. н. свичера (switch – переключать). 3. Однако полноценное восприятие литературы детьми начинается с традиции системного жанрового восприятия сказки и стиха (сказка имеет огромное значение для осознания традиции и образной сущности литературы, связности личного и общего, национального и универсального в устной и письменной словесности). 4. Большинство детей читает и учится в присутствии включенного магнитофона и видео (звуковой кулисы музыки), причем уровень чтения и культуры говоримой речи постепенно понижается.

Видеодиагностика также доказала, что с раннего детства в детях скрывается жажда и нужда(!) фантазии, игровой креативности, источником которой в развитии эстетической активности является именно текст сказки. Этот факт провоцирует ряд вопросов, как может уже дочитатель идти через текст «in fictione» (Ingarden, 1967). Сотворческую речемыслительную читательскую деятельность и фантазию адресата сказки всегда поддерживал спокойный стиль рассказывания сказки (помогающий развивать богатство воображения синонимами, повторением лейтмотивов. Корни межчеловеческого диалога о сказке как первом жанре положены уже в раннем возрасте и рисунок ребенка о прочитанной ему сказке свидетельствует о его богатстве воображения и понимания текста, но только активная опора на слова и стиль текста растет на спирали развития речи о сказке. Поэтика текста дает возможность открыть читательский потенциал, но образы текста должны отвечать актуальным нуждам субъекта адресата: текст должен сохранять логику речевого мышления и мышление образное (логика развития мысли является осью структуры текста). По Пропшу сказка – «открытый жанр», читатель знает, как она создается (ее структуру и систему) и открытие технологии сказки дает ему воз-

возможность перейти от подражания к сознательному освоению жанра уже детским читателем.

3. «Мультимедийный читатель»

Что мы приобретаем воспитанием в среде и что нам врождено, об этом пока мало знаем: дети многое видят и слышат, но мало рассказывают (и мало поют, причем пение имеет влияние на их эмоциональность, дикцию и интонацию речи). Дети мало пишут монологическую речь, из детской жизни исчез альбом, эпистолярная почта заменена устной речью мобилы и письменным СМС.

Анализ детских сказок указывает на их первоначальную принадлежность к ритуалу, к первичной магической функции и к связи с культом предков. На фоне осознания магии мультимедий новой магией стал компьютер с виртуальной реальностью и хаосом паутины страниц. Дети флексибильны, быстро осваивают новую грамоту, технологию компьютера, мобилы, видео, их речь и речь общества, в котором живет их *ego*: «я и мир». Слова становятся реальным образом благодаря телевидению, у которого они сидят с полтора года, когда слово становится звуком с образом (*это дерево, это птица* и т.п.). Речь возникает, если связь слова со значением перестает быть условно-рефлективной или ассоциативной и становится обозначающей.

Для будущей читательской рецепции поэтики всегда имело значение идеальное воспитание читателя слушанием и декламацией. Во время вдохновленный, восприимчивый адресат текста (читатель, слушатель, зритель словесного искусства) начал воспитываться читая в школе хрестоматию становился читателем с богатым воображением и читательской памятью. Современный „мультимедийный читатель“ в процессе не-чтения (чтения на Интернете и мобиле сообщений) – это зритель, слушатель, иногда пишущий адресат.

Наука развивается тогда, когда в достаточной мере ясно очерчивается объект исследования. Литературоведение уделяет внимание литературе, а не читателю литературы. Аморфность, неопределенность затрудняет исследования. Притом наука должна видеть за сиюминутным и вечное, и актуальное: это, конечно, в начале тысячелетия в эпоху мультимедий снова ставит вопрос о рецепции и поэтическом сознании времени. Категория опыта, по своей сущности универсальная на фоне плюралистических подходов и методов для современного литературоведения может быть полезной. По мнению эстетиков воображение читателя и его интуицию и эмпатию надо тревожно бе-

речь. Хотя сейчас стало хорошим тоном не-чтение объяснять тем, что вкус к литературе отбивает школа, что причиной являются учебные программы, на самом деле внимание не уделяется миру мультимедий, смене технологий восприятия литературы, новой грамоте).

Казалось, что книжная культура сохраняет шедевры художественной литературы, она вечна и необъятна. Опасны ли прогнозы, что эра книжная кончается и будет скоро сменена эрой аудиовизуальной, слухозрительной? CD ROM (Compact Disk Real Only Memory) пока не применяется для рецепции художественного, но для быстрого обмена взглядами литературоведов, интеллектуальных читателей, способных воспринимать хаос модернизма (но еще воспитанных на системности литературного образования в школе! Под влиянием новой литературной коммуникативности находятся сейчас все юные читатели. Вследствие глобализации парадоксами для адресата стали оппозицы, как, например:

Свое/локальное x глобальное, универсальное x специфическое, старое/ традиционное x актуальное/новое, современное, устарелое/архаическое x эксцентрическое и т.д. В мире глобализации уже с детства адресат трекста встречает коммуникативные барьеры культурного фонда человечества, к которым он постепенно доходит всю жизнь (географические названия, имена, символика цветов, многозначность, инокультурное и мультикультурное, экстралингвистические факторы, которые затрудняют понимание и интерпретацию текста.

Стремление овладеть проблемой восприятия поэтики текста, несмотря на жанр или род, влечет за собой трудности. Современное исследование восприятия разных видов искусства, включая словесное, направляется к характеристизации процессов восприятия, а не только результата восприятия. Настоящее время мы воспринимаем как смену парадигматики: прошлое проблематично, проблематична рецепция, именно поэтики жанров: классическая структура прошлых жанров произведений сейчас заменена открытой сетью интертекстовых постмодернистских структурно-системных взаимоотношений и теоретико-методологическая дискуссия между структуральной поэтикой и герменевтикой не инстресуется проблематикой рецепции поэтики как следует.

Уже с раннего детства меняется восприятие литературно-художественного текста под влиянием синтетизма искусства. Не меняется ли сама мера восприятия поэтики литературного жанра, но и сама модель поэтики искусства вообще? Не меняются ли на переломе веков не только качество искусства, но и особенности восприятия поэ-

тики адресатом, не влияет ли восприятие поэтики адресатом также на генезис родов и жанров? (Лепилова, 1998).

Примечания

Ingarden, R.: O poznávání literárního díla, Praha 1967.

Lepilová, K.: Vyprávějte si s námi. Cyklus osmi 20minutových videoprogramů.

Scénář a experimenty: Květuše Lepilová. Režie: Zdena Tkadlečková. [Produkce: AVC UP Olomouc 1986-2005]. I-III. Předčtenář. První čtenář 1993-1995).

IV-V→ Zlatý věk čtenáře. Křižovatky diváka. VI-VII „Masmediální čtenář“.

Počítačový hráč a divák. VIII-IX „Multimediální čtenář“.

Жирмунский, В.: Сравнительное литературоведение. Восток и Запад. Ленинград 1979

Лепилова, К.: Рецепция народной сказки на пороге тысячелетия (Дефицит осознания поэтики?). Сб. Litteraria humanitas VI. Alexandr Veselovskij a dnešek. FF MU, Brno 1998, с. 184-191.

Эйхенбаум, Б.: Сквозь литературу. Москва 1924.

Summary

Given clause is engaged in dynamics of the modern speech and literary communications, in which the similar european tendencies in society are shown. They are caused by an acceleration of vital rate, globalization and multimedia-ization. These phenomena are inevitably reflected in philology aspiring to not only to interdisciplinarity but also to the greater unity. It is appeared, that already children are very sensitive to changes in poetic speech and culture, though they easily become familiar with new literacy and technology. They do not resist to invasion of so-called Internet native language and acceleration of speech in process of „mobilemania“. Today's youth of preschool and school age inheres common reception of changes in speech, culture and literature in the present world of the contradiction of local both traditional and global and universal. New is also interpretation of poetics as a trichotomy of „word – image – sound“. The author of the paper examines the influence of new technologies and the new literacy on the reception and production of communication, on the changing relationship between spoken and written communication, and on the influences of multi-media on children's communication, which is proving highly receptive to the influence of „mobilemania“. In a globalised world there is little space for norms of language and communication or for the attempts of purists. This article turns attention to the reception of fairy-tale as a problem of contemporary literary consciousness. The article demonstrates the need of literary experience reception for the child aesthetic activity (creative imagination), because virtual reality imagination is operated by means of a technical code. This fact can becomes question for the beginning of our century: as a matter of fact changes in literary poetic reception in adult age of reader and also in literary poetics.