

КРИТЕРИЙ «АДРЕСАТ» В УСТАНОВЛЕНИИ ГРАНИЦ ПОЭТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА¹

Проблема «чистоты дискурса» как необходимости определения его более или менее четких границ восходит, в частности, к «вечной» и вечно спорной формулировке о чистом искусстве. В отличие от второй половины XX века, когда основное стремление творцов и исследователей было направлено на то, чтобы смыть дискурсивные границы и сосредоточить свое внимание и производимый художественный эффект на взаимодействии с условно «другим», в XXI веке представляется актуальным вновь вернуться к вопросу о *том же самом*. В этой связи речь пойдет о «чистоте дискурсов» в зависимости от характеристики адресата, или, иными словами, об *определяющей роли адресата в таксономии дискурсов* (или текстов). В центре внимания окажется поэтический текст, но целый ряд утверждений, характерных для поэзии, будет распространяться и на философский текст. Такая постановка вопроса оправдана его типологическим сходством с поэтическим, прежде всего таких характеристик, как авторефлексивность, автореферентивность, предельность, неэксплицируемость, антиавтоматизм восприятия, определяющая роль «я текста», суггестивность.

Необходимо постоянно иметь в виду, что адресность как обращенность, будучи типологическим свойством поэзии (и философии), не только не соотносится с необходимостью охарактеризовать адресат, но, напротив, эти две характеристики (*обращенность vs. целевая адресация*) могут формировать устойчивую оппозицию.

Эту оппозицию можно сформулировать и более развернуто: *адресность как обращенность vs. адресация как целевая адресация*.

Иными словами, любые попытки введения фигуры адресата в виде адресной аудитории читателей, то есть адресата, отличающегося опре-

225

деленными признаками, такими, как возраст, пол, профессия, социальная, национальная принадлежность и т.д., способны редуцировать или уничтожить обращенность как основополагающее свойство поэзии.

В центре внимания, таким образом, оказывается *внутридискурсивная мобильность* в зависимости от наличия, отсутствия или привнесения целевой адресации. Эту мобильность можно рассмотреть на взаимодействии собственно поэтического дискурса (или чистой поэзии) с такими видами поэзии, как детская поэзия или поэтический перевод. Аналогичную модель демонстрирует соотношение собственно философского дискурса с философией какой-либо конкретной науки как вида дискурса с вполне определенной и определяемой фигурой адресата.

С другой стороны, обращение к переводному тексту позволяет не только связать нынешнюю тему с темой прошедшей в октябре 2010 г. конференции «Перевод художественных текстов на родственные и неродственные языки в разные эпохи», но и рассмотреть оригинальный поэтический текст по отношению к переводу в рамках предложенной оппозиции: с этой точки зрения *оригинальный* (собственно поэтический) текст, или «чистый» дискурс,

будет наделен характеристикой *адресность как обращенность*, а с другой стороны, переводной текст, «загрязненный», пограничный, дискурс – характеристикой *адресация как целевая адресация*.

Итак, обращенность поэтического текста можно считать его типологическим признаком. Вспомним о предельной характеристике обращенности и «порывообразования» в высказывании Осипа Мандельштама в «Разговоре о Данте» и, соответственно, о некоем идеальном дательном адресата по отношению к поэзии: «Нас путает синтаксис. Все именительные падежи следует заменить указующими направлением дательными... Здесь все вывернуто: существительное является целью, а не подлежащим фразы» [Мандельштам 1990, 254].

Существует определенная традиция мыслить адресата как поэтического, так и философского текста в терминах *идеального адресата*; однако термин *идеальный адресат*, являясь довольно частым в анализе конкретных поэтических текстов, превратился в своеобразную метафору, поэтическую фигуру. Обратим внимание, что термин *идеальный адресат*, необходимый при типологической характеристике поэтического или философского дискурса, вряд ли может быть удобным инструментом при разборе того или иного поэтического текста. С другой стороны, *идеальный адресат* не равен и не должен сводиться к образу идеального читателя.

Именно в этом смысле можно понимать мысль Вальтера Беньямина: «ни одно стихотворение не создается для читателя»

226

[Беньямин 2000, 46]. Беньямин акцентирует свое внимание на том, что невозможно и пагубно считаться с определенной адресной аудиторией или ее представителями, более того, критике подвергается само понятие идеального читателя, идеального воспринимающего: «При создании художественного произведения или художественной формы стремление учесть возможности воспринимающего никогда не бывает продуктивно для его познания. Дело не только в том, что ориентация на определенную публику и ее представителей всегда уводит в сторону, но и в том, что само понятие “идеального” воспринимающего в теоретических трудах неполноценно» [Там же].

Беньямин исповедует принцип неадресованности читателю, в том числе идеальному; при этом философ, выступая против идеального воспринимающего, имеет в виду не идеального адресата как такового, а *обобщенного человеческого читателя* (и прежде всего *идеального* в отрыве от телесного); в этом смысле понятие *идеального* подвергается справедливой критике. Показателен вариант русского перевода, демонстрирующий существующую путаницу в понятиях: *идеальный воспринимающий (идеальный читатель)* Беньямина трактуется переводчиком как *идеальный адресат*².

Однако если говорить не об идеальном читателе, а об идеальном адресате, можно его определить (если его вообще можно определить) следующим образом. Во-первых, это тот, кто видит написанное поэтом или философом лучше, чем сам автор, и способен своим прочтением раскрыть (явить, но не объяснить) автору, что у него написано; идеальный адресат – это ни в коем случае не обобщенный

читатель, обладающий определенными характеристиками, и вообще не человек, в пределе *идеальный адресат* – это условно Бог.

При описании коммуникативной стратегии философского и поэтического текстов с понятием *идеальный адресат* (особенно по отношению к XX веку) коррелирует термин «Другой». Идеальный адресат, в частности благодаря своему невозможному (уникальному) опыту, обладает большей возможностью, чем сам автор, интериоризировать и осмыслить написанное. Поэтому обращенность к идеальному адресату должна помочь автору в каждом следующем осознании собственного текста.

Высказывание Даниила Хармса можно считать формулой идеального адресата поэтического текста:

227

*Только Ты просвети меня Господи
путем стихов моих
(Молитва перед сном).*

Таким образом, *адресность как обращенность* соотносится скорее с адресантом, чем с адресатом, в то время как *адресация как целевая адресация*, безусловно, соотносится с адресатом. Следуя этой логике, необходимо признать, что и понятие идеального адресата также соотносится с адресантом, а не с каким-либо действительным или даже воображаемым адресатом.

Трехчленная формула «автор – идеальный адресат (Другой, Бог) – автор» соответствует автокоммуникативной стратегии поэтического (и философского) дискурса, вписывается в автокоммуникативную стратегию, являясь ее обязательной структурой. Упрощенную формулу этих отношений можно представить как *я-Ты-я(Я)*; возможное присутствие *Ты* обеспечивает успешность автокоммуникации. Но и более сложная формула *я Ты-ты*, подразумевающая возможность коммуникации с неким конкретным (а не идеальным) человеческим *ты*, возможна только при посредничестве идеального адресата и автокоммуникации. Таким образом, конкретное человеческое *ты* может быть внутренним (сюжетным) адресатом текста, но не является его внешним адресатом, растворяясь в обращенности как таковой, то есть в структуре идеального адресата³.

Если введение исследователями фигуры идеального читателя диктуется телеологией возможно более полной коммуникации (так называемого *понимания* поэтического текста), то фигура идеального адресата, напротив, связана, прежде всего, с опосредованной автокоммуникацией и обращенностью как таковой.

Второй основной признак идеального адресата: это *тот, кто владеет языком лучше, чем сам автор* (в смысле, что *идеальный адресат способен говорить на языке близком к универсальному* или на идеальном универсальном языке), поэтому на него «подействует мой текст».

При *дискурсивной мобильности* в периферийных типах текста, таких, как детские, переводные стихи, тексты по философии конкретной науки и т.д., оба признака идеального адресата утрачиваются.

Описание *адресата философского текста*, как и поэтического, в отличие от научного, не должно базироваться на наличии / отсутствии специального

знания, хотя может принимать во внимание и этот критерий. Иными словами, стратегическим адресатом фило-

228

софского текста не является профессиональная аудитория, хотя и она, безусловно, выступает в роли читателя (заметим, что при задержанной коммуникации в роли читателя философского текста, как и в поэзии, очень часто выступает иной читатель, то есть непрофессионал, хотя это не является авторской стратегией).

Такие характеристики, как так называемая *тематизация* и *адресация* текста, в рамках коммуникативной стратегии оказываются взаимосвязанными. С одной стороны, по отношению к собственно поэтическому и философскому тексту неправомерно употреблять термин *тематизация* в том смысле, как он применяется по отношению к характеристике научного текста, то есть как *тематической увязке* по специальным областям знания⁴. Поэзия и философия изначально могут выбирать любую «тему»; вопрос в том, что эта тема должна обладать возможностью коррелировать с собственно поэтическим или философским контентом; поэтому для этих текстов нерелевантны характеристики типа «*это текст на тему...*». Привнесение тематизации способно превратить, например, философский текст в тематический текст на общегуманитарные темы. Однако *тематизация неизбежно сопутствует любой адресации как целевой адресации*, любой адресной аудитории (например, специально детские темы или переводные стихотворения на темы, интересные в данной аудитории в данное время).

Очевидно, что *по отношению к детской поэзии критерий идеального адресата нерелевантен*: обращенность как адресность отсутствует, и вместо этого есть определенно очерченная целевая аудитория. С этой точки зрения детская поэзия не относится к поэтическому дискурсу.

Детская поэзия, как и игрушки, это один из первых продуктов, которые получают сами дети младшего возраста (являясь их первичными адресатами), так как другие продукты, например съедобные, к ним доходят в это время посредством вторичной адресации (их выбирают родители). Стихи как продукт ориентируются на авторитетное мнение потребителя – ребенка. Основная целевая группа детских стихов – это дети младшего возраста (4 – 7 лет), они сами не покупают стихи; стихи им покупают и читают взрослые.

229

В этом смысле детская поэзия имеет еще и вторичную адресацию: взрослые должны оценить стихи как полезные (не вредные). Критерий полезности корректируется родителем в зависимости от детской оценки: родители могут заставить есть полезный продукт, но не запомнить «полезный» стих. По отношению к стихам дети являются первичными адресатами, в то время как по отношению к рекламе продукта, покупаемого взрослым, – вторичным адресатом.

Вторичная адресация детских стихов (родители как целевая адресная аудитория) находит отражение в когнитивных схемах «идеального» детства родителей (эльфы, гномики, красивые платья и т.д. «для мам»). Сами же дети

(первичные адресаты) предпочитают более агрессивный текст, вредные советы и гипертрофию колющего, режущего, кислого и т.д.

Нарушение приоритета первичной адресации часто проявляется в эффекте анахронизма, или, точнее, временного отставания, например, изображение реалий собственного, то есть несовременного детства, в стихах для детей, которые пишутся «взрослыми поэтами» (ср. детские стихи Генриха Сапгира 1990-х). Это же нарушение может трактоваться как отход от задач детской поэзии, требующей четкой ориентации на первичную и вторичную целевую аудиторию, и как частичное привнесение принципа адресности (идеального адресата) и автокоммуникации в детские стихи. Такое привнесение, как правило, расценивается целевым адресатом как неудачное, излишнее (отмечается несовременность, несовпадение реалий и т.д.).

Таким образом, детские стихи сделаны в основном по законам продукта, то есть дети привыкают к самой идее продукта вообще и к необходимости его презентации. В следующей возрастной группе (от 7 до 10 лет) этот принцип целевой адресации только усиливается.

Перевод более адресован, чем оригинальный текст. Переводчик поэзии, как правило, задумывается, какой конкретно аудитории адресован перевод, тем более, чаще всего поэзия переводится для того, чтобы быть напечатанной в определенных изданиях. В переводе поэзии имплицитно или эксплицитно присутствует социальный заказ, понимаемый достаточно конкретно, например, переводы для журнала «Иностранная литература».

Перевод поэзии адресован читателю, мыслящему в определенной культурно национальной традиции, и даже если не напрямую адаптирован, то вынужден считаться с этой традицией.

Парадоксально, что и проблема непереводимости обусловлена и обуславливает адресацию как целевую адресацию. С другой стороны, по отношению к идеальному адресату оригинального поэтического текста не может существовать проблемы непереводимости.

230

Перевод философских текстов способен быть конгениальным текстом, то есть самостоятельным философским произведением, как, например, перевод В. Бибихиным хайдеггеровского «Бытия и времени» или переводы А. Лосева, однако такие переводы обычно критикуются профессионалами. Выдвигаемая критиками «научная цель» перевода, то есть целевая ориентация на научное сообщество, как правило, расходится с собственно философскими задачами, которые ставит перед собой переводчик-философ: «Перевод “Бытия и времени” на русский язык, выполненный В.В. Бибихиным, невозможно использовать для научных целей в силу его слишком вольного характера» [Соболева 2005, 141]. Основной же поток переводимых философских текстов мигрирует к границам философского дискурса, то есть становится менее «чистым» философским текстом, чем оригинал. Если в каждом философском тексте философский термин определяется заново, то переводчик стремится использовать термин, уже известный адресату, принятый в данном гуманитарном сообществе, которым является целевая аудитория. Это обуславливает движение философского дискурса в сторону общегуманитарного научного дискурса. Основным источником

возражений – как это будет воспринято целевым адресатом, например российской публикой, читающей подобного рода книги (научным профессиональным сообществом и образованными гуманитариями, в том числе «артсообществом», в основном в возрасте от 30 до 50).

Аналогичная ситуация возникает при переводе поэзии. Переводчик вольно или невольно учитывает, как эта или подобная поэзия уже переводилась в культурной традиции, к какому типу перевода привык адресат, приучена целевая аудитория.

Ориентация на адресата продуцирует инерционность перевода в поэзии и философии, что противоречит такому типологическому предикату этих текстов, как антиавтоматизм восприятия.

Переводчик, в отличие от автора-поэта или автора-философа, как правило, не пренебрегает такой характеристикой текста, как «понятность». Можно утверждать, что, например, перевод В. Хлебникова на какой-либо язык в языковом отношении будет более понятен читателю, чем оригинал; требование «понятности», вводящее критерий целевой аудитории как обязательный, всегда противоречит телеологии адресности как обращенности. Здесь можно вспомнить показательное высказывание Б. Пастернака о задачах, которые он ставил перед собой, переводя грузинского поэта Важа Пшавела – Пастернак, приводя в качестве примера переводы В. Жуковского, пишет: «Мне именно этой *гладкостихотелось*, этой гладкости передачи, чтобы это *легко* было читать и нравилось *старикам и детям*» [Пастернак 2005, 745].

231

Переводчик поэтического текста существует в ситуации диктата адресата. Обязательная установка на целевую аудиторию при переводе подразумевает дополнительную экспликацию и часто приводит к нарушению цельности текста; переводной текст как бы «стыдится» своей несамодостаточности и возможной непонятности для адресата, поэтому прибегает к комментариям разного рода.

Таким образом, внутридискурсивная мобильность при превращении оригинального поэтического текста в перевод выражается в том, что поэтический текст утрачивает обращенность к идеальному адресату и начинает адресоваться конкретно-историческому слушателю в данной стране, владеющему определенным набором знаний, информации.

Переводной текст, подменяя идеального адресата на целевую адресацию, сближается по своей стратегии с детской поэзией и утрачивает свойство собственно поэтического дискурса.

Но этого может не происходить, если перевод обращен к *идеальному адресату как носителю идеального языка*, в котором возможна межъязыковая и надъязыковая коммуникация. Обращение к идеальному адресату диктует необходимость перевести язык на язык, то есть заставить свой язык говорить по-другому, поднять язык на некий надъязыковой уровень.

В самой общей схеме адресат поэтического текста противоположен адресату детских и целого ряда переводных стихов, а адресат философского текста противоположен адресату гуманитарной аудитории, артсообщества, слушателей лекций по философии и т.д.

Необходимо, конечно, учитывать и возможность постадресации – перевода собственно поэтического дискурса в продукт, например, при напечатании книги, оформлении публикации. Фигура адресата вводится в этих случаях, например, при помощи даты, подразумевающей как самовписывание в историко-литературный процесс, так и более четкое обозначение границ текста, более удобное для читателя.

Что касается второго выделенного критерия идеального адресата – лучшего, чем сам автор, владения языком, и способности говорить на универсальном языке, – необходимо отметить, что этот критерий нарушается во всех периферийных видах поэзии или философии. В детской и переводной поэзии адресат, безусловно, не отвечает этому требованию, так как детская аудитория заведомо владеет языком хуже автора, а читатель переводного текста не знает языка оригинала: «Делается ли перевод для читателя, который не понимает оригинала?» [Беньямин 2000, 46], – то есть не владеет универсальным языком. Аналогично адресат философского профессионального текста владеет определенным набором специальных терминов и поэтому не способен выйти за пределы языковой конвенции.

232

Общий тезис достаточно прост: любая спецификация адресата (возрастная, социальная, национальная, историческая) приводит к утрате поэтическим и философским дискурсом своего статуса. Подобная, казалось бы, внутридискурсивная мобильность (например, поэтический перевод) ведет к утрате дискурсом своей чистоты, так называемому «загрязнению дискурса». Это в конечном счете свидетельствует о том, что идея отсутствия специального адресата, целевой адресации, является именно тем типологическим признаком, который обеспечивает наличие дискурсивных границ в поэзии и философии.

Можно принять и такую формулировку: чистота поэтического дискурса обеспечивается сохранением обращенности как адресности и фигуры идеального адресата.

Литература

- Азарова 2007 – Азарова Н.М. Местоименная поэтика Леонида Аронсона // Сапгировские чтения 16-17 ноября 2007. Доклад. Рукопись.
- Азарова 2008 – Азарова Н.М. Грамматика онтологического обращения в русском философском и поэтическом дискурсе // Критика и семиотика. Вып. 12, 2008. – С. 155-164.
- Азарова 2010а – Азарова Н.М. «Ты + ты» в поэзии 60-х // Поэтика и эстетика слова: Сборник научных статей памяти Виктора Петровича Григорьева. М., 2010. – С. 248-260.
- Азарова 2010б – Азарова Н.М. Язык философии и язык поэзии – движение навстречу (грамматика, лексика, текст). Монография. М., 2010.

- Азарова 2010в – Азарова Н.М. Типологический очерк языка русских философских текстов XX века. Монография. М., 2010.
- Беньямин 2000 – Беньямин В. Задача переводчика // Беньямин В. Озарения. Перев. Н.М. Берновской, Ю.А. Данилова, С.А. Ромашко. М., 2000.
- Мандельштам 1990 – Мандельштам О. Сочинения. В 2 т. М., 1990.
- Материалы конференции «Перевод художественных текстов на родственные и неродственные языки в разные эпохи» 18 – 20 октября 2010 г. Институт языкознания РАН. В печати.
- Пастернак 2005 – Пастернак Б. Полное собрание сочинений в 11 т. Т. VIII. М., 2005.
- Ревзина 2005 – Ревзина О.Г. Дискурс и дискурсивные формации // Критика и семиотика. Вып. 8. Новосибирск, 2005. – С. 66-78.
- Соболева 2005 – Соболева М.Е. Философия как «критика языка» в Германии. СПб., 2005.
- Фуко 1991 – Фуко М. Что такое автор? // Лабиринт/Эксцентр, № 3, 1991.
- Хармс 2000 – Хармс Д. // «...Сборище друзей, оставленных судьбою». А. Введенский, Л. Липавский, Я. Друскин, Д. Хармс, Н. Олейников: «чинари» в текстах, документах и исследованиях. В 2 т. Т. 2. М., 2000.

233

1 Исследование выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации, соглашение 8009 «Языковые параметры современной цивилизации».

2 «даже понятие “идеального” адресата наносит вред любым теоретическим изысканиям об искусстве» (см.: В. Беньямин. Задача переводчика. Предисловие к переводу “Парижских картин” Бодлера // <http://www.belraese2000.narod.ru/Trad/benjamin.htm>).

3 См.: [Азарова 2007, 2008, 2010а,б,в].

4 Здесь необходимо сказать и о связи тематизации с отстранением автора и объективизацией знания, в частности в научном дискурсе, что во многом противоположно коммуникативной стратегии поэтического и философского дискурса. Это положение соответствует мысли О.Г. Ревзиной о том, что принцип автора связан, прежде всего, с художественной речью (добавим и с философской), а принцип *дисциплины* (термин М. Фуко) с научным стилем [Ревзина 2005].