Т.В. Шмелева
Великий Новгород, НовГУ

АВТОРСКОЕ НАЧАЛО В СТИЛИСТИКЕ МЕДИЙНОГО ТЕКСТА //

Русский язык как фактор стабильности государства и нравственного здоровья нации: труды и материалы Второй Всероссийской научно-практической конференции 30 сентября – 2 октября 2010 г.: 2-х частях / РОПРЯЛ ; Союз журналистов Тюменской области; под ред. О.В. Трофимовой. – Тюмень: Мандр и К°, 2010. – Ч. 2 . – С.207—215. [Электронный ресурс]; Режим доступа: http://www.utmn.ru/ docs/3243.pdf;

Для стилистики медийного текста особой значимостью отмечены категории автора и адресата, в чем убеждают учебники, научные статьи и монографии [Кожина и др. 2008: 247; Кайда 2008; Каминская 2008]. Именно эти категории стали ключевыми в нашем исследовательском проекте «Стилистический портрет новгородских медиа: образы автора и адресата», поддержанном РГНФ в рамках регионального конкурса (проект № 10-04-26404а/В). В разработке теоретических основ исследования оказывается существенным осмыслить эти категории с позиций медиалингвистики, теории текста и конкретного стилистического анализа текстов региональных изданий. Здесь предлагается опыт осмысления в рамках поставленных задач первой из категорий.

Термин *образ автора* предложен В.В. Виноградовым как важнейший из инструментов стилистического анализа художественной речи, эффективность которого показана в исследовании языка Пушкина, Гоголя, Зощенко и др. авторов [Виноградов 1936: 203—210; Чудаков 1980: 309—315].

Сегодня термин уже прочно вошел в практику изучения текста [Бабенко, Казарин 2006: 142—148; Болотнова 2006: 197—208]. При этом общепринятым можно считать расширительное толкование этого понятия – как принадлежащего не только художественной, но любой речи, любым текстам. В этом убеждают и прямые утверждения: «Образ автора присутствует во всех видах текстов» [Ковтунова1982: 5], и опыты применения понятия к различным языковым феноменам [Онипенко 1995]. В частности, можно отметить, что образ автора предложено считать одним из конституирующих признаков речевого жанра [Шмелева 1990; 1997].

Итак, принимая за аксиоматическое положение о том, что образ автора важен для медийного текста и является для него стилеобразующим, мы ставим перед собой вопросы: как образ автора проявляется в тексте?; на основе чего возможна его реконструкция? (технический аспект), каковы типы медийных образов автора и как они связаны с медийными жанрами? (типологический аспект).

Первый из поставленных вопросов приводит к уже сложившимся традициям изучения типов автора медийных текстов [Солганик 2008: 15—17] и авторской позиции в публицистике [Кайда 2008]. Опираясь на опыт этих исследователей, но имея в виду конкретный анализ текстов медийных текстов, мы предпочти работать с понятием **авторское начало**, которое давно использую в исследованиях текста и преподавании [Шмелева1998а; 2005; 2005а; 2006].

В этой системе представлений **авторское начало** – одна из трех составляющих структуры текста (две оставшиеся – тематическая основа и рематический сюжет). С позиций читателя важно уметь его видеть, точнее – вычитывать из текста; с позиций автора – адекватно оформить [Шмелева 2005:36; 2006:39]. Оно получает выражение в тексте при помощи целого спектра средств – от имплицитных модусных показателей до самостоятельных метавысказываний [Шмелева 1988а: 178]. В реальном тексте авторское начало как бы рассыпано по нему, представляя собой цепочку модусов составляющих текст высказываний [Шмелева 1984; 1988] + метатекст [Вежбицка 1978]. Модусы как принадлежность отдельных высказываний и показатели метатекста как особые текстовые «нити» [Вежбицка 1978] сплетаются в авторский узор, оказываясь тем «грунтом», на который накладывается выбор лексики, грамматических средств и композиционного строения текста.

Какие же свойства авторского начала медийного текста оказываются наиболее существенными в стилистическом отношении?

Первое важное свойство авторского начала – это **выявленность** автора и его **роли**. Здесь можно говорить об определенной шкале – от «теневого присутствия» автора в абсолютно объективированной информации («он находит экспертов и уходи в тень», как говорится в одной записи в ЖЖ) до откровенного Я с информацией об обстоятельствах добывания информации и ее осмыслении. При этом важно учитывать не только собственно текст, но и паратекст [Шмелева 2009; 2010]: минимальное проявление автора – в позиции паратекста, предназначенной для фамилии автора; максимальное – в самом тексте, его авторском начале с большим удельным весом, о чем будет сказано далее.

Между этими полюсами шкалы располагаются позиции, отработанные русской грамматикой: неназывание субъекта, неопределенно-личность, обобщенно-личность. Так, в материале Ю.Генерозовой «У каждого своя ответственность» (Новгородские ведомости 23.07.2010) автор не обозначает своего присутствия в тексте, хотя по содержанию ясно, что она побывала на встрече дольщиков и представителями власти. Давая оценки – обобщенную «*Что же, обжегшись на молоке, будешь дуть и на воду*»; и актуальную «*Удивительно, но трое из них нашлись прямо в зале*», автор выявляет себя, но весьма

сдержанно, не обозначая ни местоимением, ни существительным. Кстати последний способ кажется менее явным, чем откровенное Я. Так, в информацию об открытии выставки «Чемодан воспоминаний» А. Бериашвили (Новгородские ведомости 9.07.2010) включает в объективированный текст такой фрагмент: ***Самого корреспондента «НВ» почему-то особенно тронула*** *композиция по мотивам стихотворения Самуила Маршака «Пудель».*

Что касается **ролей**, в которых выступает медийный автор, то их список можно найти в литературе, в том числе учебной: *пропагандист (агитатор), полемист, репортер, летописец, художник, аналитик, исследователь, иронист* [Солганик 2008: 17; Клушина 2008: 490].

Мы исходим из того, что авторские роли выводятся из самого текста, точнее его авторского начала, и предложили бы такой список:

информатор в разных ипостасях: «**скромный информатор**» – автор объективированной информации без выражения каких либо позиций по отношению к ней; и «**оценивающий информатор»,** позволяющий себе оценки некоторых аспектов событий – при этом оценка выражается объективировано в формах типа *к сожалению, удивительно, но…;* или открыто – *мне осталось непонятным,*

интервьюёр – **явный** в интервью и **скрытый** в статье, где приводятся, например, мнения экспертов: чтобы мнения появились, надо чтобы кто-то об этом спросил;

репортёр – участник событий, повествующий о них – достигающий эффекта присутствия, иногда за счет не только вербальных, но и визуальных средств («фото автора»);

выразитель мнения – чаще всего в этой роли выступают колумнисты, сформировавшие «журналистику мнений» (колумнистику);

аналитик – автор, рассуждающий о значимости тех или иных событий и их последствий; выносящий обоснованные, аргументированные оценки.

За каждой из этих ролей стоит особый тип модуса: модус знания – информатор; вопроса – интервьюёр, наблюдения – репортёр, мнения – колумнист, умозаключения – аналитик. Отсюда следует, что важнейшим способом реконструкции образа автора надо признать наблюдение над модусами или экспликацию скрытых модусных значений.

Разумеется, этот список нельзя считать закрытым, он лишь основа для наших поисков и носит рабочий характер. Но в то же время важно отметить, что среди этих типов не оказывается публициста – неясно, как проявляется такого типа автор в языковом плане; вообще говоря, это проблема более общего плана: в журналистике продолжают говорить о публицистическом стиле, хотя публицистичность в современном

медиапространстве обнаружить не просто [Солганик 2008; 2008а; Клушина 2008]. Нет здесь и ирониста [Клушина 2008: 490], поскольку ирония, как нам кажется, сопровождает изложение фактов или мнений и не может быть модусом самостоятельного высказывания, а тем более текста.

Вслед за Г.Я. Солгаником, можно сказать, что названные типы авторов не встречаются в чистом виде. Иначе говоря, в рамках одного текста автор может менять роли и выступать то как участник событий, то как интервьюёр, то как выразитель мнения или аналитик. Именно эта смена ролей, их число и обеспечивают динамичность авторского начала, в котором отражается **сценарий авторского поведения**, в результате которого рождается данный текст.

Итак, выявленность автора и его роли позволяют увидеть жанровое существо текста, учесть все проявления автора – от имплицитных до откровенных – и стилистически оценить каждый из способов выражения авторского начала.

Вторым свойством авторского начала следует назвать **степень сложности –** в этом отношении различаются тексты с одним авторским голосом (простое авторское начало) и увеличением числа голосов (усложнение авторского начала). Тексты со сложным авторским началом можно в духе М.М. Бахтина называть **полифоничными.**

Нельзя не отметить, что полифоничность – практически обязательна черта современного медийного текста, особенно если он относится к информационным. Практика современного информирования общества такова, что медийный автор обязан привлечь чужую информацию – будь то свидетельство очевидца или мнение эксперта, Отсюда развитость техники включения чужого голоса, которая делает авторское начало менее или более сложным. Так, наличие авторизационных конструкций типа *По словам…*, *Как считает…*, можно считать **усложнением первой степени**; изъяснительных конструкций – **усложнением второй степени**; а конструкций с прямой речью, когда чужие голоса звучат «в полную силу», –.**третьей**

Здесь возникает парадоксальная ситуация: чем больше чужих голосов включается в текст, тем меньшее значение имеет его непосредственный автор. И эту ситуацию хочется назвать **имитацией авторства**. Она близка к тому, что по отношению к художественной литературе было названо «смертью автора» [Барт 1968]. Автор становится техническим исполнителем текста – «всего лишь тем, кто пишет» [Там же: 387]. И если Барт такого автора называл *скриптором*, то учитывая тот факт, что все современные медиатексты создаются за клавиатурой компьютера, его можно назвать **клавиатурщиком**. Этим термином можно обозначить роль, которая пополнит список ролей медийного автора: «**клавитурщик**» – технический создатель текста, никак не выражающий своей позиции

по обсуждаемым проблемам и явный только из обозначения фамилии в позиции «автор» в паратексте;

Характерный пример: в «Новгородских ведомостях» (23.07.2010) публикуется интервью с Никитой Михалковым; беседовал с ним директор Новгородского областного телевидения Александр Малькевич – это указано в лиде. На месте автора указывается Александра Хмелёва с указанием в скобках – *подготовка текста*; это и есть клавиатурщик (точнее – клавиатурщица).

Интересно и такое весьма распространенное явление, когда автора замещает название издания. Так, в информации Юлии Александровой «Табачок врозь» (тот же номер) после абзаца, в котором излагается официальная информация об ограничении продажи сигарет идет фраза: *«НВ» попытались прозондировать, как встретили такую новость новгородцы?* – и далее высказывания пяти новгородцев. Надо понимать так, что за названием газеты «Новгородские ведомости» скрывается автор заметки, ведь «зондировала» именно она.

Следует отметить, что такое представление автора характерно для современных изданий: «*В России читающая публика пока по-прежнему предпочитает держать в руках обычный переплет и листать бумажные страницы, но и в нашей стране электронные книги становятся все более популярными. Неужели наступает конец целой эпохе***? «*Известия*» обратились** *к писателям и к тем, кто продает книги*». После этой фразы лида следует фамилия автора *Елена Шишкунова* и текст статьи, в которой, в частности, приводится мнение Сергея Анурьева, гендиректор магазина «Литресс» (Известия 23.07.2010).

Такой способ медийного авторства имеет эффект коллективной ответственности и корпоративной позиции по обсуждаемым вопросам. Автор, хотя и обозначен персонально, выступает не как частное лицо, а как представитель корпорации (корпоративный субъект).

Итак, сложность авторского начала медийного текста можно изучать с применением **шкалы сложности** и выяснением техник усложнения – от авторизационных конструкций типа *Как известно* к изъяснительным конструкциям и далее к прямой речи. Каждый из показателей чужой речи маркирует свою степень сложности текста: первую из них можно назвать скрытой, вторую – открытой, третью – явной полифоничностью. Понятно, что автор реального текста может сочетать эти маркеры чужой речи, создавая «мерцающую» полифоничность и добиваясь дополнительных стилистических эффектов.

Третий параметр стилистического анализа авторского начала – **его удельный вес** в тексте. Под этим параметром имеется в виду относительное текстовое пространство, отведенное под авторское начало. Современная техника позволяет измерить соотношение

объективно-информативного и авторского начал в тексте в знаках или в процентном соотношении; удобно использовать и такие «меры», как абзац, раздел текста [Шмелева 2010].

Понятно, что нет стандартов проявления автора в медийном тексте, но ощущение, что автор отсутствует или занимает слишком обширное текстовое пространство, – возникает довольно часто при чтении материалов масс-меда. Очевидно, что повышение его удельного веса может производиться в соответствии с коммуникативным замыслом автора и жанром текста. Ведь новостной текст предполагает минимальный удельный вес авторского начала, тогда как аналитические жанры – максимальный.

Повышение удельного веса авторского начала в медийном тексте может иметь различные содержательные и стилистические эффекты, что показано на примере анализа одного текста новгородского журналиста, редактора независимой «Новой новгородской газеты» [Шмелева 2010а].

Итак, для стилистического анализа авторского начала медийного текста, необходимо учитывать такие параметры, как выявленность автора и его роль (смена ролей); степень сложности авторского начала и его удельный вес. Применяя последовательно три этих аналитических процедуры, мы сможем получить штрихи стилистического портрета издания.

Так, уже на первом этапе анализа можно сравнить «Новгородские ведомости» и «Новую новгородскую газету», прибегнув к методу точечного сопоставления. Взяв близкие по времени номера (НВ 23.07.2010, ННГ 21.07.2010) и выбрав по пять безусловно журналистских статей, получаем такую картину.

В отношении выявленности автора для НВ характерны «скромные информаторы» три статьи из пяти. Но их маститые авторы позволяют себе Я в роли репортера, напр. А. Коткин начинает материал «Двое и гитара. В Екатеринбурге есть памятник и улица Высоцкого» (23.07.2010) пассажем: *Пятое июня. Выхожу из гостевой комнаты Екатеринбургского зоопарка, сворачиваю налево… <> Еще немного, и я у цели.* Сохраняя роль репортера «с места событий», автор и завершает текст абзацем, начинающимся с фразы: *…На углу у «Большого Урала» я обернулся к памятнику.*

ННГ же явно предпочитает местоимение *я* — опять же три текста из пяти; четвертый автор – С.Жохова в статье «Власть над запятой» – предпочитает *мы* (*К нам в редакцию обратились; Мы все время слышим о том…);* собственную персону обозначает имплицитно (*Первый звонок – специалистам «Спецавтохозяйства»).* Можно отметить большее разнообразие в оформлении авторского начала в ННГ. Так, в статье С.Вишнякова обобщенный невыраженный субъект (*В молодости не иметь собственности – приятно и*

весело) сменяется обобщенным *ты* (*Вот ты идешь к себе домой…),* а затем – собственно авторским *я* (*Я уж не говорю о том, что…).*

В плане сложности авторского начала газеты скорее схожи: присутствие чужого голоса практически обязательно для информационных материалов. Таков современный информационный стандарт.

Удельный вес авторского начала явно «перевешивает» в ННГ: здесь авторы, и в первую очередь редактор С. Брутман (он же под именем Сергей Вишняков), позволяют себе пространно разъяснять свою позицию. Кстати можно отметить, что в газете есть квазиперсонаж Дмитрич, который в жанре послесловия к некоторым материалам высказывает позицию издания (редактора?), увеличивая таким образом и усложняя авторское начало текста. Этот факт говорит о том, что значительный удельный вес авторского начала – часть редакционной политики.

Проведенное таким образом полное и детальное исследование, как мы надеемся, позволит создать стилистические портреты новгородских изданий, увидеть их общие и специфические черты.

Литература

1. Бабенко Л.Г., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика: Учебник; Практикум. 4-е изд., испр.— М.: Флинта: Наука, 2006. – 496 с.
2. Барт Р Смерть автора (1968) // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Сост., общ. Ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. — М.: Прогресс, Универс, 1994. – С. 384—391.
3. Болотнова Н.С. Филологический анализ текста: Учебное пособие для студентов высш. пед. учеб. заведений. 2-е изд., доп. – Томск: Изд-во Томского гос. пед. ун-та, 2006. – 631 с.
4. Вежбицка А. Метатекст в тексте // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 8. – М., 1978. – С. 402—421.
5. Виноградов В.В. Стиль «Пиковой дамы» (1936) // Виноградов В.В. Избранные труды. О языке художественной прозы. – М.: Наука, 1980. – С.176—239.
6. Золотова Г.А. Очерк функционального синтаксиса русского языка. – М.: Наука, 1973. –351 с.
7. Кайда Л.Г. Позиция автора в публицистике. Стилистическая концепция // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г.Я. Солганик. – 3-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2008. – С.58—66.
8. Каминская Т.Л. Адресат в массовой коммуникации: монография. – Великий Новгород, 2008. – 166 с.
9. Клушина Н.И. Особенности публицистического стиля // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – С.479—495.
10. Ковтунова И.И. Вопросы структуры текста в трудах академика В.В. Виноградова // Русский язык. Текст как целое и компоненты теста: Виноградовские чтения XI. – М.: Наука, 1982. – С. 3—18.
11. Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовскмй В.А. Стилистика русского языка: учебник. – М.: Флинта: Наука, 2008. –464 с.

12. Онипенко Н.К. Развитие виноградовской идеи «образа автора» в русистике конца XX века // Международная юбилейная сессия, посвященная 100-летию со дня рождения Виктора Владимировича Виноградова: Тезисы докладов. – М., 1995. – С.5—6.
13. Солганик Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г.Я. Солганик. – 3-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2008. – С.13—30.
14. Солганик Г.Я. Стилистика публицистической речи // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008а. – С.456—468.
15. Чудаков А.П. В.В. Виноградов и теория художественной речи первой трети XX века // Виноградов В.В. Избранные труды. О языке художественной прозы. – М.: Наука, 1980. – С.285—315.
16. Шмелева Т.В. Смысловая организация предложения и проблема модальности // Актуальные проблемы русского синтаксиса: публикации лаб. „Рус. язык и рус. лит. в современном мире” филол. фак. МГУ / под ред. К. В. Горшковой, Е. В. Клобукова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. – Вып. 1. – С. 78–100.
17. Шмелева Т.В. Семантический синтаксис: текст лекций. – Красноярск, 1988. – 54 с.
18. Шмелева Т.В. Модус и средства его выражения в высказывании // Идеографические аспекты русской грамматики / под ред. В.А Белошапковой, И.Г. Милославского. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1988а. – С. 168–202.
19. Шмелева Т.В. Речевой жанр (Возможности описания и использования в преподавании языка) // Russistik = Русистика: науч. журн. актуальных проблем преподавания рус. языка. – Berlin, 1990. – № 2. – С. 20–32.
20. Шмелева Т.В. Субъективные аспекты русского высказывания: дис. в виде науч. докл. … д-ра филол. наук. – М., 1995. – 35с.
21. Шмелева Т.В. Диалогичность модуса // Вестник МГУ. Сер. 9, Филология. – 1995а. – № 5. – С. 147–156.
22. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 88–99.
23. Шмелева Т.В. Текст сквозь призму метафоры тканья // Вопросы стилистики. – Саратов, 1998. – Вып. 27. – С. 68–75.
24. Шмелева Т.В. Текст как объект изучения в школе: учеб.-метод. пособие для студентов пед. специальностей / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2005. – 60 с.
25. Шмелева Т.В. Текстоцентричность как принцип лингводидактики // Лингвистические и методические аспекты системных отношений единиц языка и речи: материалы X юбилейной междунар. науч. конф. «Пушкинские чтения», 6 июня 2005 г. / сост. и ред. Н. Е. Синичкина. – СПб., 2005а. – С. 326–328
26. Шмелева Т.В. Текст как объект грамматического анализа: учеб.-метод. пособие / Краснояр. гос. ун-т. – Красноярск, 2006. – 63 с.
27. Шмелева Т.В. Паратекст медийного текста // Структурно-семантические параметры единиц языка и речи : сб. науч. статей / отв. ред. О. М. Чупашева. – Мурманск, 2009. – С. 145–149.
28. Шмелева Т.В. Текст и паратекст в современной массовой коммуникации // Русский язык: исторические судьбы и современность : IV Международный Конгрессе исследователей русского языка (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, филологический факультет, 20—23 марта 2010): Труды и материалы / Сост. М.Л. Ремнева, А.А. Поликарпов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. – С. 579–580.
29. Шмелева Т.В. Авторское начало медийного текста: удельный вес // Язык. Дискурс. Текст: V Международная научная конференция, посвященная юбилею проф. Г.Ф. Гавриловой: Труды и материалы. Ч.I / Педагогический институт

Южного федерального университета. – Ростов н/Д.: Изд-во «АкадемЛит». 2010а. – С. 325—327.