

О.Н.Копытов

АВТОРСКОЕ НАЧАЛО ТЕКСТА И ГРАНИЦЫ ЖАНРА

Хабаровский государственный институт искусств и культуры, oleg_kopytov@mail.ru

The term «the presence of the author in the text» is viewed in terms of the genres of mass communication – advertising, news, a journalistic essay. The techniques of linguistic manifestation of the authorial presence in the text and specificity of every genre are demonstrated.

Ключевые слова: авторское начало текста, реклама, новости, публицистический очерк

Чем мощнее развивалась словесность, в глубину и ширь, интенсивно и экстенсивно, тем большее значение приобретал жанр, т. е. *выработанная самой практикой коммуникации типизированность текстов* (не только письменных, но и устной речи). Это проявляется в ряде параметров, а именно — последовательности смысловых элементов, или композиционных схем, способов изложения, взаимообусловленности самого явления действительности и его текстового отражения. В современности большое значение приобретает так называемый «формат», т. е. не только указанный объем, но и целый реестр предписаний, «каким должен быть текст», и *формальных и содержательных*, исходящих из целей группы, контролирующих продуцирование публичных текстов.

Этой группой прежде всего является правительство, затем — региональная власть, затем — редакция, эти группы проводят определенную *политику*; кроме того — книжное или рекламное и/или PR-издательство выстраивает такую типизированность текстов, которая угодна не вкусу, эстетике и истине, а *продажам*: текстов, товаров и «имиджей». И даже Интернет как глобальный и продуктивнейший поставщик текстов инспирирует тексты только определенной типизированности, определенных жанров, определенной стилистики, которые позволяют привлечь на этот сайт именно такую целевую группу потребителей текстов.

Вторжение группы как заказчика типизированности наблюдаем и в образовании, от первой ступени до высшего. Здесь при помощи инструмента, называемого Госстандарт, то же правительство заключает образовательные тексты (лекции, семинары, пособия, учебники) в жесткие рамки не только и не столько формальной, сколько содержательной типизации.

Список групп широк, его можно продолжать.

Поскольку типизированность и индивидуальность — если и не полностью взаимоисключающие, но противоборствующие понятия, роль автора, свобода автора, исключительность автора, а в том числе и возможность/невозможность воплощать в тексте авторские интенции, становятся актуальнейшей проблемой. Возможность адресата видеть эти интенции (замыслы и мотивы, но не только) в условиях доминирования типизированности — проблема не менее актуальная.

Может создаться впечатление, что мы говорим о самом явлении жанра в отрицательно оценочном смысле. Совсем нет. Уже создано большое количество

классификаций речевых и текстовых жанров, все они с разных сторон и достаточно полно описывают явление текстовой типизированности. Все они (во всяком случае, отечественные) отталкиваются от понятия речевых жанров М.М.Бахтина, от его идеи о первичных (простых) и вторичных (сложных) жанрах, от такого определения и от такой мысли о жанрах: это «типичные модели построения речевого целого», для говорящего они имеют «нормативное значение, не создаются им, даны ему» (вот на это мы обращаем особое внимание!); «Если бы речевых жанров не существовало... речевое общение было бы почти невозможно» [1]. Именно так. Жанр — необходимое условие любого типа коммуникации. Отменить явление жанра — все равно что отменить какой-то закон физики.

Жанр (именно как типизированность, стереотипность) не только мешает, но чаще, наоборот, помогает автору воплощать в тексте свои интенции. Среди классификаций жанров (упомянем Г.И.Богина, В.Е.Гольдина, К.А.Долинина, Г.А.Золотову, М.Н.Кожину, З.Я.Тураеву, М.Ю.Федосюка, Т.В.Шмелеву) выделим работы А.Вежбицкой, которая исходит именно из интенций говорящего для того, чтобы перенести акцент с речевого акта на речевой жанр и, исходя из такого принципа записи интенций автора: «Я хочу, чтобы ты представил себе... знал... видел... делал...», составить полный список жанров. В него входило бы и то, что называется и первичным речевым актом и вторичным крупным жанром — от вопроса, просьбы, приказа, угрозы, предостережения до разговора, дискуссии, речи; от благодарности, поздравления, соболезнования до лекции, мемуаров, автобиографии [2].

Итак, жанр, с одной стороны, своей преданностью мешает автору полно выражать свою индивидуальность; но, с другой стороны, помогает и автору, и адресату: первому — тем, что заключает его интенции-мотивы в легко заполняемые заранее заготовленные формы, второму — тем, что позволяет эти мотивы легко распознавать.

Понятие интенции только как мотива плохо работает, особенно применительно к крупным, сложным жанрам, а иногда и вообще не работает. Как представляется, нужно включить в понятие авторской интенции такие вроде бы противоречивые вещи, как, с одной стороны, прямую оценку, прямое отношение автора к описываемому, а с другой стороны, — подтекст, намек, непрямую, завуалированную оценку и такое же отношение к описываемому. Иными слова-

ми, в обеих ипостасях само авторское присутствие в тексте находится в крайне противоречивом положении к жанру. Вслед за Т.В.Шмелевой назовем такое авторское присутствие в тексте *авторским началом*: «это смысловая часть текста, в которой проявляется речевое поведение автора и его рефлексия по поводу своего текста» [3].

При лингвистическом взгляде на текст необходимы *формы* проявления авторского начала. Для нас это будут те *инструменты*, при помощи которых автор и выражает свои интенции, свое речевое поведение, свою рефлексия по поводу своего текста, в первую очередь нехудожественного [4]. Нас интересуют *любые* проявления автора в тексте, прежде всего в тексте массовой коммуникации — рекламы, новости, публицистического очерка.

Вначале обозначим полюса жанров в интересующем нас отношении. Объективно менее всего автор может преодолеть рамки жанра в текстах рекламы (особенно в кратком рекламном объявлении) и в малых жанрах СМИ — заметке, информации, «кадре» эфирных СМИ. Более всего возможностей для «прорыва автора через границы жанра» предоставляет очерковая публицистика.

Реклама построила такие «четыре стены» в жанре короткого рекламного объявления: слоган, эхо-фраза, имя объекта (рекламное имя) и изначальная формула «Р есть хорошо», над которой надо надстроить, стилистически и эмоционально, концепты «сверх-хорошести» и исключительности из ряда.

Рассмотрим два примера, чтобы разложить краткое рекламное объявление на четыре обязательных элемента, но главное — посмотреть, возможен ли все-таки хоть какой-то прорыв автора сквозь стены жанра.

1. *Хороша работа без седьмого пота. «Рехона» никогда не подведет.* Первое предложение — эхо-фраза (фраза, поддерживающая слоган), второе — слоган (собственно рекламное предложение). Рекламное имя — «Рехона». Надстройка — *никогда не подведет*, т. е. смысл абсолютности, и стилистика эхо-фразы.

2. *Тариф «Лайт». Говорить легко.* Первое предложение — слоган, здесь максимально упрощенный, то есть совпадающий с рекламным именем. Второе предложение — эхо-фраза, имеющая только одну «стилистическую фишку» — неприятную игру на некотором совпадении объемов значений русского слова *легкий* и английского *light* (легкий), здесь «легко».

В обоих случаях ни о каком прямом присутствии автора в тексте, конечно, говорить не приходится. Но некоторое авторское начало все же можем усмотреть в поле понятий «вкус» и «свобода обращения с языком». О первом не спорят, что лишний раз доказывает индивидуализацию, присутствие авторского начала; во втором — видим игру-профанацию с поговоркой «работать до седьмого пота», что в первичном значении «тяжело, трудно», здесь же — легко, и мультязыковую игру.

Но раз короткое рекламное объявление — крайняя точка, полнос, должны быть примеры, когда

никакого, даже косвенного, даже «притянутого за уши» авторского начала быть не должно, не может. И такие примеры есть: «Дальсвязь»-DSL. *Быстрый Интернет по новой цене*; «Пиковит. Витамины и минералы для успеха ваших детей».

Если бы мы построили диаграмму возможностей авторского присутствия (в инструментах не только прямого, но и непрямого отношения), то от короткого рекламного объявления к следующему фактодоминирующему, диктумно-доминирующему жанру — газетной заметке кривая возможностей авторского начала в частности и модуса вообще стала бы возрастать довольно существенно.

Вообще-то с советских времен и по сегодняшний день жанр заметки (краткой информации, хроники, эфирного «кадра») охраняется и теоретиками и практиками как «абсолютно объективированный», без малейшего авторского присутствия, жанры этого рода «агитируют самими фактами» [5]. Но объективны не предписания, а само развитие коммуникации. Теперь уже даже в пособиях по риторике для 4-го класса средней школы (что уж говорить о «взрослых» научных рассуждениях) утверждается, что в этом жанре автор имеет некоторую свободу: «Заметка — это информационный жанр, в котором сообщается о каком-то новом и важном факте (событии). Автор заметки, как правило, сообщает, *что, где, когда, с кем и как* произошло. При этом автор передает в какой-то мере свое отношение к сообщаемым фактам (подчеркнуто нами. — О.К.)» [6].

В заметке автор имеет инструменты не только не лингвистического — непрямого, косвенного, самим отбором фактов и их расположением — воздействия на адресата с целью показать собственное отношение и «слегка подтолкнуть» к восприятию и оценке «в нужном направлении». Есть инструменты и четко формализованные, категориальные, лингвистические. Например, это модусные слова (традиционно именуемые вводными) типа *естественно, разумеется, безусловно, несомненно, бесспорно*, которые лежат в области не только, да и не столько квалификативного персуазивного (отвечающего за достоверность) модуса, сколько эмотивного [7]. В нашей картотеке немало примеров заметок в 40-70 газетных строк, широко использующих этот инструмент авторского начала. Рассмотрим два таких примера.

1. «Японцы всерьез озабочены проблемами окружающей среды на Дальнем Востоке. До такой степени, что готовы предложить свои новые технологии по переработке отходов. За деньги, **разумеется**. Об этом в ходе последней пресс-конференции рассказал мэр Хабаровска Александр Соколов. Накануне он вернулся из Петропавловска-Камчатского, где встречался с делегацией из Ниигаты — города-побратима Хабаровска». (Приамурские ведомости, 29.08.2003).

2. «Сроки рассылки переносятся Пенсионным фондом в третий раз. Но рано или поздно будущие пенсионеры их получат. Ну а дальше все очень просто. Надо заполнить заявление, указав, кому именно вы отдаете в управление свои деньги. Пенсионный фонд от вашего имени переведет компании накопи-

тельную часть вашей пенсии. Можно, конечно, и отмолчаться, но тогда распоряжаться средствами будет по-прежнему государство в лице Внешторгбанка» (Тихоокеанская звезда, 18.09.2003.)

Как можно эксплицировать авторское отношение в примере 1? «Было бы сверх-хорошо, если бы богатые японцы предложили нам новые технологии по переработке отходов бесплатно, но мы, как и они, — разумные реалисты, поэтому, *разумеется*, они предложат их нам за деньги».

Во втором примере более сложный модус и более насыщенное авторское начало. Здесь «работают» персуазивность: ситуация, когда кто-то «отмолчится», достоверна; оценочность: «вынужден об этом говорить, эта вынужденность плоха, как и любая»; есть здесь и оценочность другого рода: «можно, конечно отмолчаться, но...» = «отмалчиваться ближе к «плохо», чем к «хорошо». Здесь «работает» и исходящая из двойной модусной формы «можно, конечно» актуализационная модальность, локализуя ситуацию описываемого события, данного как реальное — выполнение заявления в Пенсионный фонд, по отношению к событию, данному как воображаемое — «отмолчаться», не заполнять заявление в Пенсионный фонд. Благодаря модусу понятно и то, что «идеологически» автор заметки на стороне Пенсионного фонда.

В жанре заметки есть, конечно, и «чистые», объективированные, без малейшего авторского присутствия жанровые экспликации.

На другом полюсе возможностей авторского присутствия в тексте, максимальных возможностей авторского начала — публицистический очерк.

В очерке читатель реконструирует авторское начало двумя путями. Назовем их *лингвистическим* и *логически*.

Логический план предполагает сравнение сообщений содержания очерка с фоновыми знаниями читателя. Несовпадение трактуется как в пользу автора (*побывал там, где мне никогда не побывать; знает то, что я не знаю; рассуждает так и пользуется языком так, как я не умею*), так и против автора (*говорит ерунду, говорит тяжело*). Т. е. в русле нашего рассуждения очерк имеет довольно густой план непрямого авторского присутствия. Лингвистический план авторского начала вообще насыщен, как ни в каком другом жанре. Это прежде всего авторское «я», совпадающее с Я автора во плоти (в отличие от художественных жанров с их сложными и запутанными отношениями между «автором-повествователем» и подлинным автором). И целый реестр других средств прямого выражения автором собственного присутствия в тексте. Это и апелляция к читателю (например, псевдиалог: *«вы можете спросить меня...; мне могут возразить... и под.*), и смена логического композиционного принципа на сюжетный, когда автор становится персонажем (соглядатаем событий) своего очерка, и применение характеризующих лексем (например, *мне одна диссидентка рассказывала* вместо *одна женщина*). И прямые оценки, да еще и с подчеркиванием собственной искренности: «— Макси-

мов хороший писатель? — *Неплохой, — сказал я, как думал*» [8]. И встраивание собственного настроения в «объективную» картину мира: *«Грустно не оттого, что на дворе осень. Пустует в селе Херлужи футбольное поле. Какие там происходили баталии! Принципиальные встречи баскетболистов сел Оглонги и Херлужи достигали высшей точки кипения в спортзале. Я мальчишкой всегда болел за наших — оглонгинских»* [9].

И еще немало есть способов словесного, фразового, риторического и иного прямого и, скажем так, несобственно-прямого («диссидентка» вместо «женщина») воплощения авторского начала в публицистическом очерке, описывать которые закрытым списком не входит в задачи настоящей работы. Но обилие этих форм, их разработанность, их глобальная распространенность наводит на мысль о том, что *сама коммуникация* (не теоретики!) *предписывает жанру публицистического газетно-журнального очерка как можно более ярко, полно, эксплицированно воплощать в тексте авторское начало*. Это позволяет заключить, что в этом жанре освобождение от давления на автора типизированности, «жанровой объективации» может идти только по одному, причем парадоксальному, пути — как можно меньше употреблять форм выражения прямого авторского начала, а самовыражаться формально минимальными способами — субъектно-субъективными: интонацией, подтекстом, точкой зрения и т.п. и субъектно-объективными — авторской афористичностью, оригинальными метафорами, иронией и юмором (не в преодолении ли границ очеркового жанра секрет успеха устных, именно устных, где большую роль играет «царь» устного модуса — интонация, выступлений М.Жванецкого в жанрах иронического публицистического очерка и зарисовки, например, в рамках телепрограммы «Дежурный по стране» на телеканале «Россия»?).

В физике есть понятие *тонкие взаимодействия*. Это словосочетание в роли метафоры весьма подходит для обозначения взаимоотношений автора с собственным текстом, которые талантливый читатель выявляет интуитивно, а филолог — аналитически. Необходимо раскрыть их все.

1. Бахтин М.М. Эстетика слова и язык писателя. М., 1979. С.241-258.
2. Вежицка А. Речевые жанры // Жанры речи. Саратов, 1997. С.99-111.
3. Шмелева Т.В. Текст как объект грамматического анализа: Учеб.-метод. пособие. Красноярск, 2006. С.39.
4. Шмелева Т.В. Текст сквозь призму метафоры ткань // Вопросы стилистики: Межвуз. сб. науч. тр. Саратов, 1998. С.68-74.
5. Богданов Г.Н., Вяземский Б.А. Справочник журналиста. Л., 1971. С.260.
6. Ладыженская Т.А., Ладыженская Н.В., Ладыженская Т.М., Марысева О.В. Детская риторика в рассказах и рисунках: Учебник-тетрадь для 4-го класса. М., 2003. С.156.
7. Ср.: Белошапкина В.А. Синтаксис // Современный русский язык. 2-ое изд. М., 1989. С.684.
8. Войнович В. Портрет на фоне мифа. М., 2002. С.153.
9. Юдинцев С. // Литературный меридиан. 2009. №3. С.27.