

О СПОСОБАХ АВТОРИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ГАЗЕТНОГО ТЕКСТА

© 2015

Р.Д. Урунова, доктор филологических наук, профессор кафедры «Журналистика и филология»
Ульяновский государственный университет, Ульяновск (Россия)

Ключевые слова: автор; авторизация текста; речевые структуры; открытая репрезентация автора; скрытая репрезентация автора; метатекстовые включения.

Аннотация: В статье рассмотрена авторизация как явление современного медиатекста. Под авторизацией в данном случае понимается сознательное или бессознательное выражение в тексте позиции и личности его создателя, выявляемое посредством анализа конкретных языковых средств, коммуникативных стратегий и тактик построения текста. Важно, что публицистический текст всегда воспринимается аудиторией как выражение нравственной позиции автора, его знаний и его представлений о жизни, даже если он нигде не использует прямых указаний на свою точку зрения. Особое внимание в статье уделяется тому, что в текстах, написанных в разных общественных сферах, степень проявления авторских характеристик строго регламентируется требованиями к конструкции и стилю, а для медийного текста авторизация является одним из самых заметных и важных признаков. Отмечается, что авторизация в публицистике нацелена на конкретные образы автора, и в настоящее время особенно популярным является образ журналиста, самостоятельно осмысливающего и оценивающего реальную действительность, демонстрирующего свою позицию и индивидуальность речевой раскрепощенностью и стремлением отойти от стандартов публицистического стиля. Подробно рассмотрены специальные вербальные структуры, которыми журналисты репрезентируют себя в тексте и которые должны создавать узнаваемую форму субъекта повествования. Отмечается, что наиболее активная авторизация осуществляется так называемыми метатекстовыми включениями самого разного типа. Подробно описаны авторские метатекстовые включения, которые используются как средство жанрообразования в газетных текстах, кроме тех, в которых журналисты придерживаются фактографического способа отображения событий.

Понятия «автор текста», «образ автора», «авторская позиция» неоднократно и разносторонне были охарактеризованы в лингвистической и литературоведческой текстологии такими корифеями науки, как В.В. Виноградов [1; 2], М.М. Бахтин [3], Р. Барт [4; 5], Ю.М. Лотман [6; 7], и детализированы современными учеными (Н.Д. Арутюновой [8], Г.Я. Солгаником [9], К.А. Долининым [10], И.П. Ильиным [11; 12], Ю.И. Левиным [13] и другими). Однако, несмотря на имеющийся в филологической науке материал, категория авторизации текста в журналистике до настоящего времени остается недостаточно изученной.

Под авторизацией в широком смысле понимается в той или иной степени субъективированный способ подачи информации в тексте [14], который в более узком смысле можно рассматривать как группу дополнительных смыслов, приносимых автором в сообщении о некотором «положении дел» в объективной действительности [15].

Любой текст написан человеком, и поэтому обязательно несет в себе отражение личностных качеств автора. В текстах, написанных в разных общественных сферах, степень проявления авторских характеристик различная. Так, например, в научной сфере текст называется трудом. Его автор – ученый, беспристрастность и объективность освещения – главное достоинство и целевая установка научного текста. При таком подходе не принято открыто и активно репрезентировать авторство: известно, что многие ученые в научных текстах избегают использовать даже академическое авторское «мы», предпочитая пассивные конструкции.

Деловые тексты являются документами и часто вообще представляют собой заполненный формуляр, исключающий даже малейшую степень субъективизации изложения.

Для публицистического текста авторизация является одним из самых заметных признаков. О важности авторизации публицистического текста очень точно заметил Г.Я. Солганик: «Публицистический текст по определению, по природе должен содержать в себе в большей или в меньшей степени черты, приметы авторской личности. В этом суть и специфика публицистики – речи непосредственно авторской, личностной, субъективной, документальной, подлинной» [9, с. 78].

В плане содержания журналистского текста авторизация сводится к актуализации комплекса личностных отношений его создателя к различным реалиям, главными из которых являются отношение к действительности и отношение к тому, о чем он пишет в тексте. Особенно важной является оценка действительности, давая которую, автор может репрезентировать себя либо как человек социальный, либо как человек частный. Это не только определяет сущность категории «автор» в публицистике, но и значительно влияет на качество, жанр и стиль журналистского текста [9, с. 76].

Даже если создатель текста нигде не использует прямых указаний на свою точку зрения, читатель все равно воспринимает текст как выражение позиции автора, его знаний и представлений о жизни, его картины мира. В зависимости от того, будет ли автор скрыто или открыто проводить свою линию, выражать свою точку зрения, высказывать свое мнение и оценки, предлагать свои интерпретации или выступать как объективный наблюдатель, который просто констатирует факты, можно говорить о разной степени авторизованности текста, или активности авторизации.

Для каждой эпохи характерен свой тип автора. В стойкие годы советского периода автор журналистского текста – это человек сугубо социальный, отражающий интересы государственной системы. В период

перестройки автор – это носитель официально принятой точки зрения, что приводит к заметному ослаблению степени социализированности авторской позиции. Позже становится популярным автор – «свой парень», близкий читателю человек, черты которого в текстах все более персонифицируются. Постепенно в медиапространстве автор как человек социальный модифицируется в человека частного, и одновременно начинает проявляться установка на усиление авторизации текста.

Для настоящего времени характерна весьма активная авторизация публицистического дискурса. А.К. Бобков считает: «Эмоциональное начало и авторское «я» сегодня присутствуют практически в каждом газетном жанре за исключением хроникальной заметки» [16, с. 35]. Качество авторской репрезентации сегодня тоже изменилось. Если для прошлых эпох было характерно разделение непосредственно автора текста и повествователя, то сегодня, по мнению С.И. Сметаниной, авторизация в современной прессе проявляется как совмещение в тексте функций того, кто создает текст, и того, чья позиция освещается в тексте. Авторизация стала функцией текста, и чаще всего представление о создателе текста у аудитории отождествляется и с повествователем, и с персонажем. Сложился комплексный тип автора-повествователя-персонажа. «Совмещение в журналистском произведении позиций автора и повествователя, причем повествователь из-за своей колоритно выписанной речевой партии и активности в организации изложения, диалогических отношений с другими, реальными героями текста одновременно выполняет и функции персонажа, приводит к появлению таких медиатекстов, в которых действительность *как будто* или (вариант сегодня особенно модный, частотный в массовой коммуникации) *как бы* представлена – разыграна» [17, с. 259]. В теории журналистики этот комбинированный функциональный тип часто называют – «маска автора», что подчеркивает заданность его характеристик и способов их вербального выражения в тексте. По мнению исследователей (М. Липовецкий [18], Ж. Лиотар [19], Н. Маньковская [20]), в этом проявляется постмодернистская ситуация, характерная для современных СМИ.

Особые черты создателя отражаются как в содержательной структуре текста, так и в его выражении. Автор репрезентирует себя в тексте определенными вербальными структурами, которые и должны создавать узнаваемую форму субъекта повествования. В основном в медийных текстах применяется весь спектр способов авторизации, разработанных в практике художественной литературы, но в связи со спецификой сферы и усилением в последнее время тенденции на собственный стиль журналиста в публицистике используются и свои особые приемы авторизации.

Для некоторых информационных жанров (заметка, отчет) характерна нулевая степень авторизации, которой соответствует скрытая репрезентация, т. е. полное отсутствие в тексте авторских речевых структур. В некоторых информационных текстах (расширенная заметка, интервью) используются пассивные авторские речевые структуры, в которых представление о создателе текста слабо выражено, скорее слегка намечено без личностных черт. Например, во фрагменте заметки:

«Интересно, что второй претендент на императорские вина, финский миллионер Фрикман, заявивший, что часть груза «Йончоинга» принадлежала акционерному обществу его деда, сделал сногшибательное признание: пока Бергваль медлил с подъемом вина из-за различных недоразумений и плохой погоды, он, Фрикман, спер со дна более тысячи бутылок!» (Наталья Грачева) – автора репрезентируют оценочные слова «интересно», «сногшибательное» и ироничность стиля изложения. Эти средства создают ненавязчивое представление о позиции автора в оценке события, но не о его личных чертах.

Для большей части медиатекстов характерна открытая репрезентация автора, заключающаяся в использовании различных авторских речевых структур. Открытая репрезентация в зависимости от жанра бывает в разной степени активной.

Наиболее активная авторизация осуществляется в авторизованных метатекстовых включениях. Метатекстовые включения – это самая открытая форма авторства, по определению С.И. Сметаниной, «непосредственная языковая декларация автора». Кроме этого, она считает, что в авторском метатексте («вкраплениях») «Авторская рефлексия, добавляя субъективное в изложение, становится способом экспрессии и одновременно вводит новую информацию – об авторе и о реальном мире, которому он принадлежит» [17, с. 279].

Есть разные способы активной авторизации медиатекста в виде метатекстовых включений.

Метатекстовые включения представляют размышления автора о создаваемой им картине действительности, анализ его психического состояния, объяснения мотивов обращения к теме. Журналист свое «я» не прячет за повествователя и персонажа, а активно внедряет в изложение, используя для собственного выражения местоимения первого лица и иногда вводя в текст и условного читателя, к которому обращается, используя местоимение или глаголы второго лица. В тексте формируется образ автора – носителя истины (не играющего и не иронизирующего), обращающегося к читателю непосредственно. Это самая активная форма авторизации, характерная для жанров, в которых текст является прямым обращением к читателю (репортаж, интервью): *«У меня нещадно болел зуб. Вывеска же гласила: «Стоматолог». И я последовал за указующей стрелкой во двор и оказался в частном стоматологическом кабинете доктора Старцева»; «Просто считаю своим долгом сообщить, что есть такой стоматолог, чей талант доступен (по деньгам тоже) людям любого возраста и достатка. Поэтому и даю его телефон: 930-72-14. Стоматолог ждет клиентов каждый день с 10 до 18 час., а если надо – задержится. Он работает для нас»* («Московская правда»).

Есть ряд жанров, в которых авторский метатекст почти так же активен, как и в текстах, описанных выше. Так, в сатирических текстах (фельетон, памфлет) автор не должен «прятаться» и из этических соображений обязан «высмеивать» кого-либо или что-либо от своего лица. По этой же причине должны быть активно авторизованы обличительные тексты (статьи, исследования). Тон особой интимности и лиричности метатекстовые включения могут придать очеркам, особенно путевым. Но все-таки в данном случае речь идет

о несколько менее активной авторизации, когда автор репрезентирует себя местоимением первого лица либо какой-то номинацией (например, журналисты газеты «АиФ» часто называют себя «редакция «АиФ»»), но никак не обозначает читателя. В современных СМИ этот тип авторизации используется чаще первого.

Для журналистики конца 90 г. XX в. были особенно характерны метатекстовые включения, сосредоточенные на демонстрации метода письма и несущие информацию о языковом мастерстве автора. «Активность автора в медиатексте особенно отчетливо проявляется в выделенности в тексте самого процесса письма. Автор пытается создать впечатление, что творит на глазах читателя, и “разбрасывает” в тексте знаки (метки) того, как он написан или как его следует читать» [17, с. 277]. Объектом авторской рефлексии в таком случае является языковое выражение, которое в результате размышлений о выразительных возможностях включается в новые связи с содержанием – как будто не журналист, а сам язык как инструмент процесса мотивирует возникающий смысл. Имитация спонтанности процесса письма создает иллюзию его сиюминутности и одновременно отстраненности автора: «*Пришла весна. Ласковое солнце искрится в зеркале луж. Расцветает нежными лепестками апрель. Пришла пора сажать Шевченко. Климат Петербурга благоприятствует данному событию достаточно редко: в последний раз посадку Шевченко пытались осуществить 7 лет назад*» («Деловой Петербург»).

Особые способы активной авторизации характерны для жанра комментария. Комментарий вообще представляет собой персональное оценочное рассуждение, поэтому и должен содержать рассредоточенные по тексту метатекстовые включения, отражающие авторскую позицию. «В материал «врезается» фотография автора комментария. Этим газета как бы подчеркивает, что текст комментария пронизан авторским «я», авторским восприятием, авторскими эмоциями» [16, с. 16]. «*Приходится констатировать очевидное: позиция администрации президента больше не отражает позицию президента. И дело совсем не в том, что президент стал более неадекватным и больным, чем прежде. Даже во время операции на сердце тогдашняя кремлевская администрация создавала ему несравнимо более дееспособный образ, чем мы видим сегодня*» («Известия»).

В данной статье были рассмотрены только типовые и самые частотные способы авторизации медиатекста. Дальнейшее выявление и всестороннее изучение типовых и авторских способов субъективизации публицистического текста позволит полнее представить особенности их вербализации и их функциональные свойства в жанрообразовании, что открывает большие возможности для использования этого материала не только в текстологии медиалингвистики, но и для применения в практике средств массовой информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Виноградов В.В. О теории художественной речи. М.: Высшая шк., 1971. 240 с.
2. Виноградов В.В. Проблема авторства и теория стилей. М.: Гос. изд-во худож. лит., 1961. 616 с.
3. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. М.: Худож. лит., 1975. 504 с.
4. Барт Д. Заблудившись в комнате смеха. СПб.: Кристалл, 2001. 448 с.
5. Барт Д. Мир сегодня // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1989. С. 72–130.
6. Лотман Ю.М. Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб.: Академический проект, 2002. 544 с.
7. Лотман Ю.М. Статьи по семиотике и типологии культуры. Таллин: Александра, 1992. 472 с.
8. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
9. Солганик Г.Я. Автор как стилообразующая категория публицистического текста // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2001. № 3. С. 74–83.
10. Долинин К.А. Интерпретация текста. М.: КомКнига, 2010. 304 с.
11. Ильин И.П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа. М.: Интрада, 1998. 613 с.
12. Ильин И.П. Постмодернизм. М.: ИНИОН РАН, 2001. 384 с.
13. Левин Ю.И. Труды по знаковым системам. Т. 14. Тарту: Изд-во Тартуского ун-та, 1981. 95 с.
14. Золотова Г.А. Очерк функционального синтаксиса русского языка. М.: КомКнига, 2005. 350 с.
15. Всеволодова М.В. Теория функционально-коммуникативного синтаксиса: фрагмент прикладной (педагогической) модели языка. М.: МГУ, 2000. 502 с.
16. Бобков А.К. Газетные жанры. Иркутск: Иркутский гос. ун-т, 2005. 86 с.
17. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры: Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. 376 с.
18. Липовецкий М. Русский постмодернизм. Екатеринбург: Изд-во Уральск. гос. пед. ун-та, 1997. 317 с.
19. Лиотар Ж.Ф. Состояние постмодерна. СПб.: Алетейя, 1998. 160 с.
20. Манковская Н.Б. Эстетика постмодернизма. СПб.: Алетейя, 2000. 347 с.

REFERENCES

1. Vinogradov V.V. *O teorii khudozhestvennoy rechi* [On the theory of artistic speech]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 240 p.
2. Vinogradov V.V. *Problema avtorstva i teoriya stiley* [The problem of authorship and the theory of styles]. Moscow, Gos. izdatelstvo khudozh. lit. Publ., 1961, 616 p.
3. Bakhtin M.M. *Voprosy literatury i estetiki* [Questions of literature and aesthetics]. Moscow, Khudozh. lit. Publ., 1975, 504 p.
4. Bart D. *Zabludivshis' v komnate smekha* [Lost in the house of mirrors]. S. Petersburg, Kristall Publ., 2001, 448 p.
5. Bart D. World today. *Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika*. Moscow, Progress, 1989, pp. 72–130.
6. Lotman Yu.M. *Statyi po semiotike kultury i iskusstva* [Articles on semiotics of culture and art]. S. Petersburg, Akademicheskij proekt Publ., 2002, 544 p.
7. Lotman Yu.M. *Statyi po semiotike i tipologii kultury* [Articles on semiotics and typology of culture]. Tallin, Aleksandra Publ., 1992, 472 p.

8. Arutyunova N.D. *Yazyk i mir cheloveka* [Language and world of the human]. Moscow, Yazyki russkoy kultury Publ., 1999, 896 p.
9. Solganik G.Ya. The author as a stylistic category of nonfiction text. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 2001, no. 3, pp. 74–83.
10. Dolinin K.A. *Interpretatsiya teksta* [Text interpretation]. Moscow, KomKniga Publ., 2010, 304 p.
11. Ilyin I.P. *Postmodernizm ot istokov do kontsa stoletiya: evolyutsiya nauchnogo mifa* [Postmodernism from its origins to the end of the century: the evolution of scientific myth]. Moscow, Intrada Publ., 1998, 613 p.
12. Ilyin I.P. *Postmodernizm* [Postmodernism]. Moscow, INION RAN Publ., 2001, 384 p.
13. Levin Yu.I. *Trudy po znakovym sistemam* [Works on semiotic system]. Tartu, Izdatelstvo Tartuskogo universiteta Publ., 1981, vol. 14, 95 p.
14. Zolotova G.A. *Ocherk funktsionalnogo sintaksisa russkogo yazyka* [Essay on functional syntax of the Russian language]. Moscow, KomKniga Publ., 2005, 350 p.
15. Vsevolodova M.V. *Teoriya funktsionalno-kommunikativnogo sintaksisa: fragment prikladnoy (pedagogicheskoy) modeli yazyka* [The theory of functional-communicative syntax: a fragment of applied (educational) language model]. Moscow, MGU Publ., 2000, 502 p.
16. Bobkov A.K. *Gazetnye zhanry* [Newspaper genres]. Irkutsk, Irkutskiy gos. universitet Publ., 2005, 86 p.
17. Smetanina S.I. *Media-tekst v sisteme kultury: Dinamicheskie protsessy v yazyke i stile zhurnalistiki kontsa XX veka* [Media text in the culture system: Dynamic processes in the language and style of the late twentieth century journalism]. S. Petersburg, Izdatelstvo Mikhaylova V.A. Publ., 2002, 376 p.
18. Lipovetsky M. *Russkiy postmodernizm* [Russian postmodernism]. Ekaterinburg, Izdatelstvo Uralskogo gos. ped. universiteta Publ., 1997, 317 p.
19. Lyotard J.F. *Sostoyanie postmoderna* [The Postmodern explained]. S. Petersburg, Aleteya Publ., 1998, 160 p.
20. Mankovskaya N.B. *Estetika postmodernizma* [Aesthetics of postmodernism]. S. Petersburg, Aleteya Publ., 2000, 347 p.

ABOUT AUTHENTICATION METHOD OF CONTEMPORARY NEWSPAPER TEXTS

© 2015

R.D. Urunova, Doctor of Sciences (Philology), Professor of Chair “Journalism and Philology”
Uljanovsk State University, Uljanovsk (Russia)

Keywords: author; text authentication; speech patterns; open representation of the author; hidden representation of the author; metatext inclusions.

Abstract: The paper considers authentication as a phenomenon of a modern mediatext. Authorization is understood as a conscious or unconscious expression in the text of the position and personality of its creator, which is detectable through analysis of specific linguistic means, communicative strategies and tactics of the text composition. It is important that a journalistic text is always interpreted by the audience as an expression of the author’s ethical position, their knowledge and understanding of life even though they never use direct reference to their point of view. The degree of the author’s characteristics manifestation is strictly regulated by the requirements to the design and style in the texts produced in different public spheres. For a journalistic text, authentication is one of the most notable features. Today, authentication in social and political journalism is aimed at the author’s specific images; the most popular is the image of a journalist who can comprehend and evaluate their own reality, showing their ideological position and personality through speech freedom and the desire to move away from standard newspaper and journalistic style. Specific verbal structures used by the journalists to represent themselves in the text and create a recognized form of the narration subject are studied in the paper. The most noticeable authentication is carried out by means of so called meta-text inclusions of different types. The author’s meta-text inclusions are used in the text of all newspaper genres, except those in which the journalists adheres factual way to convey events.