

## *Категория авторства в свете интенциональной стилистики*

НАТАЛЬЯ С. ЦВЕТОВА  
(Санкт-Петербург)

Антиномичность и объективность эволюции научного знания – факт бесспорный. Очевидность его в отношении к медиастилистике становится абсолютной при анализе актуального материала. Так, девальвация ключевой для 1990-х идеи доминирования в российском медиапространстве информационной журналистики, заместительное утверждение журналистики воздействующей привело к глобализации исследовательского интереса к адресату. Возобновляющийся сегодня интерес к традиции российской журналистики, формирование журналистики гражданской, народной, настоятельная потребность в качественной публицистике, обостряют внимание к автору.

Если обратиться к истории филологической науки, то придется вспомнить о том, что со времен безграничного, абсолютного господства риторики автор – наиболее изучаемая текстовая категория. Аристотель утверждал: «Речь слагается из трех элементов: из самого оратора, из предмета, о котором он говорит, и из лица, к которому он обращается» (Аристотель 2000: 99). В этом утверждении закрепляется первая позиция в процессе текстопорождения за субъектом речи – создателем, творцом текста, от которого зависит и содержание, и успешность разработки этого содержания в соотнесенности со стоящими перед автором целями и с известными текстовыми моделями (речевыми жанрами), которые значительно позже Э. Колер сравнивал с «контрактами между производителями и потребителем» (цит. по: *Введение в литературоведение* 2005: 505). Так две с поло-

виной тысячи лет тому назад автор признан субъектом речи, запускающим процесс текстопорождения, программирующим текстовые смыслы и осуществляющим руководство процессом восприятия содержания.

Но русская филологическая теория автора начала складываться только в 20-е годы прошлого века. Научный «флюс» сформировался не без влияния авторитета М. В. Ломоносова, провозгласившего основной характеристикой «разумного ратора» его умение ориентироваться на «главные слушателей свойства» (см. *Краткое руководство к красноречию*) и надолго переключившего таким образом внимание речеведения на адресата.

Основание современной отечественной концепции авторства заложил В. В. Виноградов, предложивший основную терминологическую единицу «образ автора», которая широко используется в современной филологии. Правда, теперь почти не вспоминают о том, что ученый различал образ автора, возникающий в сознании читателя, плод читательского воображения, фантазии, – и собственно автора, являющегося субъектом изложения. Актуализированные В. В. Виноградовым проблемы (автор как организующее начало смыслового пространства текста; автор как действующее лицо; автор как элемент стиля и т. д.) являются до сих пор предметом многочисленных научных дискуссий. Пожалуй, единственное из найденных в XX столетии решений одного из «авторских» вопросов – признание «кодовым признаком» образа автора в художественном произведении повествования от первого лица. А категориальная абстрактность используемого В. В. Виноградовым терминологического словосочетания привела к тому, что примерно со второй половины XX века этот термин стал «употребляться в столь различных смыслах, что подчас утрачивал присущую термину определенность, точную очерченность границ» (Паперный 1961: 3), что отчасти провоцировало падение исследовательского интереса к целому комплексу проблем.

Медийный же дискурс предоставил разнообразнейший эмпирический материал, подтверждающий предсказанную В. В. Виноградовым возможность существования различных вариантов «образа автора» как уникальной семантико-стилевой категории, трансформирующейся «в разных типах словесного творчества» (Виноградов 1971: 151). Сегодня вряд ли кто будет спорить с тем, что возможности текстового воплощения постоянно структурно усложняющейся категории автора, которую сегодня по отношению к медийному дискурсу, презентующему автора коллективного,

справедливее было называть категорией авторства, постоянно расширяются и по-новому форматируются (см., например, работы Л. Г. Кайды, Т. В. Шмелевой и мн. др).

Серьезным шагом в научном освоении этой категории стали труды Г. Я. Солганика. В ставшей этапной во многих отношениях для российской медиалингвистики статье *Автор как стилеобразующая категория текста* Г. Я. Солганик поставил чрезвычайно важный для выявления многомерности данной лингвостилистической категории вопрос о «механизме взаимосвязи, взаимодействии авторской личности и стилевых качеств текста» (Солганик 2010: 95). В последние годы под влиянием научной тенденции, обозначенной в цитируемой статье, появились работы, в которых традиционная категориальная система медиастилистики модернизируется. О возможности использования категории интенциональности в лингвостилистическом анализе современного медиатекста писала Н. И. Клушина. О тексте как полиинтенциональной системе писал В. И. Коньков (Коньков 2012: 179–183). В работах, презентующих, формирующих данное направление, в том или ином аспекте исследуются те качества и компоненты современного медиатекста, которые порождаются конституциональной его особенностью – интенциональностью (по Дускаевой, экстралингвистическим фактором, ментальным феноменом, значимым для определения и содержания, и формы медийной речи). Методологическая база нового направления с достаточной отчетливостью прорисовывается в публикациях Л. Р. Дускаевой (Дускаева 2012: 10–17). Основываясь на наблюдениях этих ученых, сегодня можно утверждать, что процесс текстопорождения в медиасфере определяется коммуникативным намерением автора – системой интенций, формирующих программу воздействия на массовое сознание.

Философское понятие интенциональности (Ф. Brentano, Л. Витгенштейн, Э. Гуссерль, Д.-Р. Серль), эксплицитно и имплицитно стремительно отвоевывающее позиции в коммуникативной лингвистике (О. И. Алимуратов, Ю. Н. Антонова, Арутюнова, И. М. Кобозева, В. Г. Колшанский, Н. Д. Павлова), включает категорию авторства (опять подчеркиваем, не автора, тем более не «образ автора») как «предельно широкое понятие, в котором отображены наиболее общие и существенные свойства, признаки, связи и отношения предметов, явлений объективного мира» (Кондаков 1975: 12). «Категории текста отражают его наиболее общие и существен-

ные признаки и представляют собой ступеньки в познании его онтологических, гносеологических и структурных признаков» (Тураева 2012: 80). Такой типовой, наиболее «общей и существенной» характеристикой медийного автора следует считать, повторяем, его коллегиальность (коллективность, массовость), намек на которую, на наш взгляд, имеется в семантике предлагаемой категориальной номинации.

Привычные текстовые категории используются для определения важнейших семантико-стилистических свойств классов текстов, дифференцируемых на разных основаниях. Категория авторства – в наивысшей степени интегральная, объединяющая понятия, презентующие все возможные текстовые проявления стоящего за текстом создателя «медиамесиджа», деятельность которого по текстовому кодированию и программированию декодирования содержания этого текста адресантом жестко прагматична, определяется интенциональностью (авторскими целями, намерениями, мотивами).

Исходя из такого понимания категория авторства в медиатексте должна иметь как минимум двухуровневое содержание.

Первый (речевой) уровень или план выражения – текстовые и подтекстовые манифестации данной категории (авторская позиция, авторское начало, образ автора и т. д.), наличие и вариативность которых зависит от типа и жанра текста. Так, в тексте комментария Николая Цискаридзе к сенсационному сообщению об открытии исторической сцены Большого театра в Москве в газете «Дом актера», имеющем заголовок «Большой новодел», авторское начало представлено речевыми средствами, транслирующими авторскую позицию, и текстовыми компонентами, позволяющими читателю в своем воображении воссоздать вполне определенный образ автора высказывания (рубрика «Театральный рынок», 2011. № 1(140): 6–7). Наиболее очевидно авторская позиция зафиксирована в опорном слове заголовочного комплекса (в сильной позиции текста) – в существительном *новодел*, в стилистическом значении которого доминирует отрицательная оценка. Эта оценка усиливается ироничным, отчетливо игровым зависимым определением *большой*.

В анализируемом тексте создается образ автора, который становится основным средством аргументации транслируемой позиции и формируется целой системой текстовых средств. Во-первых, паратекстом, включенным в заголовочный комплекс – *Николай Цискаридзе, премьер Боль-*

шого театра России, Народный артист России, подготавливающим читателя к встрече с компетентным автором, релевантность точки зрения которого (основное содержание публикации) не должна подвергаться сомнению. Воздействие паратекста усиливается лексическим обликом текста – обилием специальных слов и словосочетаний в высказываниях компетентного автора: *грим-уборная, репетиционная зала, рампа, подзвучка, бенефис, сценические мастерские, верхняя сцена, акустика, классический танцовщик* и т. д. Не менее важно для публикаторов материала то обстоятельство, что Н. Цискаридзе — человек, вся творческая жизнь которого связана с великим Большим, что мотивирует отношение, транслируемое в пафосных вне данного контекста номинациях и определениях, связанных с историей театра: *золотой занавес, родной театр, священное пространство, магическое воздействие зала, великие актеры*. Усиливается нейтрализация патетики образом артиста – особого типа творческой личности, искренней и эмоциональной, представляемой в тексте рядом деталей:

Мама, она была в зале, сказала, что я стоял очень близко к рампе и на моем лице застыло «ааах!»...

Есть страшные кадры, как снимают занавес Большого театра, этот настоящий, золотой занавес, и ты понимаешь, что это его последний вздох. На кадрах видно – театр убивают...

После собрал вещи и вышел, даже не обернулся. Я понял, если я обернусь, начну рыдать, захочу туда снова вернуться...

В структуре совокупного газетного текста, сформировавшего фон для данной публикации, большое значение имеет текстовая антитеза, формирующая анализируемую рубрику. Дело в том, что, кроме комментария Н. Цискаридзе, в той же рубрике опубликован текст еще одного солиста Большого театра известного оперного певца В. Моторина, принадлежащего старшему поколению. Социальный статус, возраст Н. Цискаридзе маркирован в его тексте включениями жаргонных компонентов (например, *было видно: он не совсем сечет в музыкальном театре*). Но цель стоящих за Н. Цискаридзе создателей совокупного газетного текста в данном случае – демонстрация единства позиции представителей разных жанров и поколений, разного типа личностей.

Единство системы текстовых реализаций категории авторства в данном случае, как и в большинстве иных, обеспечивается «закадровым» творцом

– носителем и транслятором определенных целей, намерений, мотивировок, речевая компетенция которого позволяет ему найти, отобрать эффективные речевые средства, соответствующие содержанию текста. Структура авторской интенциональности – второго, базового уровня категории авторства, плана содержания, в медиадискурсе, достаточно сложна. В этой структуре прежде всего выделяется *гипертекстовая (генеральная)* интенция (в терминологии, предложенной Л. Р. Дускаевой), нацеливающая автора на создание определенного фрагмента медиакартины мира. Гипертекстовая интенция часто объединяет многие произведения одного автора или несколько публикаций одного издания. Эту генеральную интенцию мы называем *сверхзадачей* текста, выражающей преимущественно в подтексте генеральную авторскую цель. В данном случае сверхзадача комментария Н. Цискаридзе – защита национальной театральной, культурной традиции, истории культуры, эта сверхзадача вполне соответствует редакционной политике издания, опубликовавшего текст артиста.

Второй тип интенций – интенции, обусловленные концепцией издания, с наибольшей очевидностью выражающие намерения коллективного автора – *инструментальные* интенции. В анализируемом тексте межтекстовая интенциональность связана со стремлением авторского коллектива выразить негативное отношение к разрушительной деятельности театрального чиновничества, она продиктовала, прежде всего, авторский выбор жанра и композицию текста.

Третий тип интенций – *текстовые* интенции, задающие предметное содержание, зависящие от самых разнообразных мотивов текстопорождающей деятельности субъекта. Этот уровень считают по отношению к категории авторства, как правило, периферийным, хотя именно на этом уровне свобода автора-творца ограничивается не только редактором, но даже корректором, контролирующим речевую, элокутивную форму текста. Ведь Н. Цискаридзе наверняка сам определил, о каких событиях своей творческой биографии он напомним читателю, какие номинации, элокутивные средства могут стать наиболее эффективным средством выражения его эмоций, отношения к происходящему в театре.

В профессиональной речевой деятельности журналиста на этом уровне, на наш взгляд, особое значение имеют ценностные ориентации адресанта – своеобразная «ось сознания» (С. Л. Рубинштейн) творческой личности,

определяющая аксиологическую напряженность, аксиологический пафос текста/высказывания.

Одно из наиболее очевидных проявлений авторских ценностных ориентаций – презентация в медитексте мифов национальной культуры, которые призваны поддерживать в читательском сознании традиционное представление об онтологически значимых ценностях. Например, в 2005 году журнал «Огонек» опубликовал статью Д. Быкова, посвященную роману М. А. Шолохова *Тихий Дон*. Пафос статьи в однозначно оценочном игровом названии *Дикий Дон* и полностью соответствует генеральной авторской интенции, сформулированной в лиде – демонстрация *банкротства русского национального характера* (Д. Быков) на основании дискредитации системы «вечных ценностей». Средства реализации этой установки – эффективные речевые приемы, закрепляющие в сознании адресата субъективные оценки как «предметные»; система риторических уловок, большинство из которых в классической русской риторике признаются «недопустимыми» (типология С. Поварнина). Организующим началом стала убежденность автора текста в мизерности общечеловеческого, социального и культурного значения романа М. Шолохова.

«Ценностно-личностное» происхождение могут иметь и стратегии внедрения новых поведенческих моделей через деформацию привычного представления об идеальной личности. Так, только известный автор-ведущий ток-шоу *«Пусть говорят»* мог предложить стране праздновать в телеэфире тридцатилетие известной телеблондинки. Причем, профессионал точно выбрал средства выражения своего отношения к скандальной героине передачи – приемы кинесики: нескрываемый взгляд восхищения, позы тела модератора, мимика и жестикация. Прямое же выражение гордости за чадо почтенной родительницей героини вызвало только ироническую реакцию. Вербализация чувства восхищения, которое руководило автором передачи, в лучшем случае смогло бы спровоцировать недоумение адресата. В данном случае точно отобранные средства трансляции базовой авторской интенции при всей их конфликтности по отношению к аксиологическому смыслу прежних работ А. Малахова заставляют сомневаться даже в авторских мотивациях утилитарного порядка, хотя все-таки приводят к мысли о культурно-историческом релятивизме ценностных ориентаций журналиста.

Эти наблюдения, на наш взгляд, заставляют задуматься о том, что характер, тип, качество эпохальных ценностных ориентиров, формируемых сегодня медийным пространством, напрямую зависит не только от профессионального мастерства, но и от аксиологически значимых представлений и предпочтений его создателей – авторов медиатекстов, заполняющих это самое пространство.

Все сказанное приводит нас к осознанию необходимости продолжения работы по созданию интегративного филологического алгоритма анализа категории авторства, позволяющую презентовать данную категорию как системную, текстопорождающую. Эмпирический материал, на наш взгляд, диктует доминирование одной из доминант на каждом уровне анализа.

Первый уровень анализа предполагает внимание к предтекстной, экстралингвистической составляющей данной категории, которая фиксируется с наибольшей очевидностью в биографическом образе автора. При анализе медиаматериала экстралингвистическая составляющая категории авторства включает не только личностные характеристики поименованного творца, но и описание всех участников творческого процесса. Мы убеждены, что специфика анализа медийного текста предполагает на данном уровне прежде всего детальное описание системы интенций коллективного автора, под влиянием которых происходит форматирование творческого процесса, определяется содержание и форма текста.

На втором уровне целесообразнее всего говорить о содержании текста: выявить проблемно-тематические доминанты, идею, аксиологию.

На третьем уровне необходимо уделить внимание мотивации жанрового и композиционного выбора автора, авторской риторике, далее, лексико-фразеологическим и грамматическим средствам воплощения авторской идеи.

Считаем необходимым подчеркнуть то, что интенционально-стилистический подход к медиатексту позволяет продемонстрировать даже в ситуации коллективного авторства влияние индивидуальной речевой компетенции, языкового вкуса, профессионализма на речевую форму тезиса, на отбор материала, на определение композиционных особенностей текста, на формирование его стилового облика, на отбор воздействующих средств и приемов. При таком подходе очевидной становится неотменимость влияния индивидуальных личностных качеств производителя текста на экстралингвистическую составляющую категории автора. Факторов, опре-



деляющих это влияние, несколько: объем общих, фоновых знаний, представления о контексте; личностные свойства, которые определяют тип, алгоритм взаимодействия с «соавторами»; отношение к национально детерминированным принципам, конвенциям, стратегиям и правилам общения; ценностные ориентации автора.

Подводя итоги, обращаем внимание на то, что обозначенная тенденция в развитии функциональной стилистики обеспечивает пристальное внимание к создателю текста как к ключевой фигуре процесса текстопорождения. Значительность, обоснованность и продуктивность этой тенденции обусловлена спецификой творческой деятельности журналиста, включенностью ее в мировую речеведческую традицию и особым значением для специальной дидактики, которой мы в силу профессиональной необходимости должны заниматься.

## Литература

- Аристотель, 2000, *Поэтика. Риторика*, Санкт-Петербург.
- Введение в литературоведение*, 2004, ред. Л. В. Чернец, Москва.
- Виноградов В. В., 1971, *О теории художественной речи*, Москва.
- Дускаева Л. Р., 2012, *Интенциональность медиаречи: онтология и структура. – Медиатекст как полиинтенциональная система*, Санкт-Петербург.
- Дускаева Л. Р., 2012, *Медиатекст как объект интенционально-стилистического изучения. – Коммуникативистика в современном мире: эффективность и оптимизация речевого взаимодействия в социуме. Материалы III международной научной конференции*, Барнаул.
- Кондаков И., 1975, *Логический словарь-справочник*, Москва.
- Коньков В. И., 2012, *Иерархия коммуникативных интенций в речевой структуре газетного текста. – Медиатекст как полиинтенциональная система*, Санкт-Петербург.
- Кузьмина Н. А., 2011, *Автор и адресат текста СМИ: инверсия коммуникативных ролей. – Мысль. Текст. Стиль*, Санкт-Петербург.
- Паперный З., 1961, *Поэтический образ Маяковского*, Москва.
- Солганик Г. Я., 2010, *Автор как стилеобразующая категория текста. – Солганик Г. Я., Очерки модального синтаксиса*, Москва.
- Тураева З. Я., 2012, *Лингвистика текста. Текст: Структура и семантика*, Москва.

*The category of authorship in the light of intentional stylistics*

The article summarizes the most studied text category – the category of authorship, which even in the ancient rhetoric had the first position connected with the text creation. This category is analyzed in contemporary Russian media communication, where journalists – following the globalization trends – are eager to include the citizen cooperation in news creation.

*Keywords: intentional stylistics, media text, the category of authorship, concept, corporate author, multi-level category, different types of intention.*