

ЖАНРЫ СМИ

УДК 811.161.1'42:070

ББК 81.2Рус-5+76.0

DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-2-22-143-147>

Р. Д. Урунова
Казань, Россия

Raisa D. Urunova
Kazan, Russia

К вопросу о способах авторизации текстов
и жанрах СМИ

To the Question of the Authorization of Texts
and Genres of media

В статье рассмотрено явление авторизации, понимаемое как сознательное или бессознательное выражение в тексте личности его создателя, выявляемое посредством анализа конкретных языковых средств. Корректная авторизация стала проблемой для современной медиасферы, поскольку в последнее время в журналистских текстах все больше и больше размывается форма ее выражения, и это даже стало одной из главных причин дегуманизации современных СМИ. Авторизация является одним из самых актуальных признаков журналистского текста, поскольку публицистика – это сфера личностной, субъективной, документальной, подлинной речи, поэтому описание образцовой в соответствии с требованиями жанров репрезентации автора имеет важное значение. Особое внимание в статье уделяется тому, каким образом качество и степень проявления авторских характеристик регламентируется в текстах, написанных в разных жанрах. Путем применения комплексного лингвистического анализа подробно описаны специальные вербальные структуры, которые журналисты используют для успешной собственной репрезентации в текстах разных жанров, и которые создают узнаваемую читателями форму авторизации.

Ключевые слова: дегуманизация СМИ, медиатекст, жанры СМИ, авторизация, речевые структуры, репрезентация автора, авторский метатекст, речевые включения.

The article considers the phenomenon of authorization, understood as the conscious or unconscious expression in the text of the personality of its Creator as revealed through the analysis of specific linguistic resources. A valid authorization is a problem for modern media, as recently in journalistic texts, more and more blurred her form of expression, and it has even become one of the main reasons for the dehumanization of modern media. Authorization is one of the most important characteristics of the journalistic text, because journalism is the sphere of personal, subjective, documentary of authentic speech, so the description of a model in accordance with the requirements of the genres of representation of the author is important. Special attention is paid to how the quality and degree of manifestation of the author's characteristics are contained in texts written in different genres. By applying an integrated linguistic analysis is described in detail special verbal structures that journalists use for successful self-representation in texts of different genres, and which create an identity of its readers authorization form.

Keywords: dehumanization of the media, media texts, genres, media, login, speech patterns, the representation of the author, the author's metatext, voice activation.

Сведения об авторе: Урунова Раиса Джавхаровна, доктор филологических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин.

Место работы: Казанский федеральный университет.

E-mail: patova_k@rambler.ru

<https://orcid.org/0000-0003-0630-8252>

About the author: Urunova Raisa Dzhavkharovna, Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of Humanitarian Disciplines.

Place of employment: Kazan Federal University.

E-mail: patova_k@rambler.ru

<https://orcid.org/0000-0003-0630-8252>

Некоторые исследователи современной журналистики считают, что российские масс-медиа вслед за западными в настоящий момент переживают дегуманизацию, ставшую особой приметой не только сегодняшних СМИ, но и всего информационного общества в целом. Дегуманизация в общем смысле – это

действия, направленные на лишение субъекта прав, связанных с принадлежностью к человеческому роду. Но в эпоху постмодернизма этот феномен проявляется в чрезвычайно многообразных формах, одной из которых является моральное отстранение общества, часто наблюдаемое в последнее время в обычной

жизни. Как раз эта форма дегуманизации и характерна для современных СМИ.

В. В. Хорольский считает, что дегуманизация СМИ является следствием квазигуманизации, вызванной «глобализацией массмедиа, приводящей к унификации медийного стандарта, что порождает новые, подчас неожиданные, формы массовой культуры» [1: 218]. Он с сожалением отмечает закономерность этого процесса: «Конвейерные технологии масскульта, усиливая и ускоряя процессы визуализации, распространения философии гедонизма, самоцельного потребления материальных и духовных благ, создают квазигуманистический общепланетарный стандарт журналистского текста. Разнообразие интересов и диверсификация вкусов аудитории стали привычным фактом эволюции СМИ на современном этапе» [Там же]. К сожалению, проблемы гуманитарной сферы неизбежно вызывают проблемы смежных сфер: «Лингвоэкологические, лингвоэтические и культурно-речевые проблемы ... становятся следствием, а не причиной гуманитарных проблем в массмедиа» [2].

Н. И. Клушина рассматривает дегуманизацию СМИ через призму культурно-речевых проблем и одну из них видит в «пренебрежении к автору/авторству» журналистских текстов: «Размывание авторства – серьезная гуманитарная проблема, порожденная информационной эпохой и усугубленная бурным развитием Интернета. Автор как демиург своего оригинального текста, автор как выразитель самобытной авторской идеи сегодня терпит катастрофу» [Там же].

В связи со всем изложенным выше, на наш взгляд, сегодня необходимы детальные лингвистические разработки типов и способов выражения авторства журналистского текста в разных аспектах. Следует отметить, что эта задача не является новой, поскольку существует ряд научных трудов, посвященных понятиям: «автор текста», «образ автора», «авторская позиция» – которые неоднократно и разносторонне были описаны в филологической и журналистской теории текста в прошлом веке В. В. Виноградовым [3], М. М. Бахтиным [4], Р. Бартом [5], Ю. М. Лотманом [6] и детализированы современными учеными Н. Д. Арутюновой [7], Г. Я. Солгаником [8], И. П. Ильиным [9] и другими. Однако, несмотря на имеющийся материал, категория авторизации текста в жанрах журналистики до настоящего времени остается недостаточно изученной, и это тоже оказывает свое влияние на дегуманизацию СМИ. По этой причине вербальная репрезентация авторства в журналистском тексте должна быть изучена со всех сторон.

Классическое представление об авторизации в журналистике базируется на весьма простой мысли: каждый текст написан кем-либо, и поэтому обязательно несет в себе отражение личностных качеств автора. Под авторизацией в широком смысле понимается в той или иной степени субъективированный способ подачи информации в тексте [10], который в более узком смысле можно рассматривать как группу дополнительных смыслов, привносимых автором в сообщение о некотором «положении дел» в объективной действительности [11]. Важность авторизации для журналистского текста тонко подметил Г. Я. Солганик: «Публицистический текст по определению, по природе должен содержать в себе в большей или в меньшей степени черты, приметы авторской личности» [8: 78].

Даже если журналист нигде не использует прямых указаний на то, что он выражает свою собственную точку зрения, читатель все равно воспринимает текст как выражение его личностной авторской позиции, его знаний и представлений о жизни и о мире. В зависимости от того, будет ли автор скрыто или открыто выражать свое мнение и оценки, предлагать свои интерпретации или просто констатировать факты, можно говорить о степени авторизованности текста или разной активности авторизации.

Особые черты создателя отражаются как в содержательной структуре текста, так и в его выражении. Автор отображает свою позицию в тексте конкретными «речевыми структурами» [12: 273], которые и создают узнаваемую форму субъекта повествования. В основном в современном журналистском тексте применяются все способы авторизации, разработанные в художественной литературе, но в связи со спецификой сферы и появлением в последнее время моды на собственный стиль журналиста в массмедиа используются и свои особые приемы, располагающие конкретными языковыми средствами в разных жанрах.

Профессиональный подход к авторизации как текстовому приему в журналистике, на наш взгляд, должен осуществляться только в соответствии с требованиями к каждому конкретному жанру. Надо отметить, что этот на первый взгляд простой принцип довольно трудно применить в действительности, поскольку сегодня недопустимо большое количество журналистской продукции отличается не только «размытым авторством», но и размытыми жанровыми признаками. Не способствует исправлению ситуации и введенное в последнее время понятие «гибридная форма жанра» [13: 30], которое часто применяется к текстам, жанровая принадлежность которых вообще не определяется. Между тем коррект-

но выполненная авторизация журналистского текста позволит придать ему адекватные жанровые черты, что плодотворно скажется и на функциональном качестве информационного продукта.

В первую очередь необходимо выделить три основных способа вербального выражения автора в текстах СМИ – открытую авторизацию, закрытую и нулевую. Открытая авторизация – это прямое указание автора на самого себя в тексте путем использования специальных средств языка. Закрытая авторизация, напротив, заключается в отсутствии прямого указания субъекта текста на самого себя. Нулевая авторизация – это полное отсутствие вербальных средств авторской саморепрезентации в журналистском тексте.

Открытая активная авторизация является визитной карточкой журналистики. Она используется в качестве отличительного признака большинства художественных жанров, а также в любом репортаже, во всех типах очерка, журналистского расследования, может применяться в корреспонденции и пр. Открытая авторизация предполагает намеренную вербальную репрезентацию автора в тексте, причем журналист, как правило, целенаправленно придает своему образу черты, помогающие выполнению функции контента. Активность авторизации заключается в использовании автором журналистского текста личного местоимения *я*, притяжательных местоименных форм *мой, моя, мои* и глаголов в форме первого лица единственного числа для саморепрезентации.

По мнению С. И. Сметаниной, самой открытой формой авторства предстают метатекстовые включения, которые являются «непосредственной языковой декларацией 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» [12: 279]. В таких случаях журналист не прячет свое *Я* за повествователя и персонажа, а активно внедряет его в изложение, иногда вводя в текст и условного читателя, к которому обращается, используя местоимение и глаголы второго лица. В тексте формируется образ автора, который пишет о своем непосредственном восприятии предмета отображения, ставшего информационным поводом для журналистского материала. Эта форма авторизации является отличительным признаком таких жанров, как, например, репортаж: «Здесь зубов, даже самых безнадежных, не дерут, – сказал я себе. – Здесь их лечат, причем без боли». *И я не ошибся... Короче говоря, мой*

зуб, теперь как новый, крепко сидит в десне, и я спокойно грызу им орехи.

*А вот о том, что я видел и ощущал в чудо-кабинете, стоит рассказать подробнее. Во-первых, анестезия. Сначала доктор смазал мне воспаленную десну ароматическим гелем. «Это предварительное обезболивание», – пояснил; затем взял со стола нечто вроде авторучки, вставил в нее розовую капсулу и нитевидную иглу, которую при мне извлек из герметичного пакетика, и быстро что-то сделал во рту» («Московская правда»). В приведенном фрагменте нет прямого обращения к читателю, но речевая структура *стоит рассказать подробнее* так же, как и строй изложения, фактически создают текстовую форму обращения к читателю.*

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 или что-либо от своего лица. По этой же причине должны быть активно авторизованы обличительные тексты (разоблачительные статьи, журналистские расследования). Авторские метатекстовые включения придают очеркам, особенно путевым, тональность особой интимности и лиричности.

Для большинства аналитических жанров характерна открытая пассивная авторизация. Открытость авторизации предполагает вербальную саморепрезентацию автора. Пассивность заключается в том, что автор репрезентирует себя способами, которые не являются прямым персональным указанием. К таким способам относится использование личного местоимения *мы* с притяжательными формами *наш, наше, наши* в корпоративном значении и глаголов в форме первого лица множественного числа. Это связано, во-первых, с требованиями языка, который в аналитических жанрах тонируется средствами научного стиля [12: 263], использующего авторское *мы* вместо *я*. Во-вторых, рассуждение, которое используется как базовое для аналитики, итак является довольно сильно субъективизированным речевым типом, поэтому нет необходимости усиливать его еще и прямым указанием на самого себя при помощи местоимения *я*.

Также пассивным способом является прием, распространившийся в российских СМИ в последнее время – это саморепрезентация автора при помощи какой-либо номинации, а также местоимений и глаголов в форме третьего лица, например, журналисты газеты «АиФ» часто называют себя «редакция «АиФ»». Довольно часто можно встретить репрезентацию автора словами: *корреспондент нашей газеты, наш репортер, журналист* и пр.

Особые способы пассивной авторизации характерны для жанров комментария и версии, которые и являются собственно персональным оценочным суждением, поэтому и должны содержать 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» [14: 16]. *«В итоге все категории льготников сохранились, а к ним добавились еще пособия по нуждаемости, которые даются семьям с доходами ниже прожиточного минимума! О чем говорят подобные метаморфозы, происшедшие, кстати, в недрах Госдумы, а отнюдь не в Министерстве финансов? Только об одном: депутаты (читай – мы с вами) еще не созрели для коренного пересмотра всей системы социальной помощи. А раз так – поиски виновных могут затянуться. Если, конечно, действительно, не назначить виновным Минфин. В конце концов, деньги-то у него...»* («Российские вести»).

Для классических собственно информационных жанров характерна нулевая авторизация, которая представляет собой полное отсутствие в тексте любых авторских речевых структур, в результате чего достигается фактографическое отображение действительности, как в следующем фрагменте отчета под названием *«Раскрутим колечко!»*: *«По второму вопросу было отмечено, что организация и финансирование названных работ ведутся пока не на должной высоте.*

Количество автотранспортных средств, состоящих на учете в ГИБДД ГУВД г. Москвы, приближается к 3 млн единиц. Более трети из них старше 8 лет. Ежегодно в столице выбывает из эксплуатации и нуждается в утилизации почти 130000 автотранспортных средств. В связи с этим необходима модернизация действующих и создание новых перерабатывающих мощностей» (газета «Метро»).

Но все же следует отметить, что в некоторых информационных текстах (например, в расширенной заметке, интервью и отчасти в хронике и обзоре) довольно трудно вообще обойтись без авторских речевых структур, в которых представление о создателе текста все-таки выражено, хотя и слабо, скорее слегка намечено без личностных черт. Отчасти это является следствием того, что любой тип речи осуществляется в системе нравственных координат, которые, хотя и основываются на общекультурной базе, у каждого автора личностные. Эти координаты используются в качестве ориентиров и основы для изло-

жения, и их довольно трудно не выразить особенно в крупных по объему текстах. Например, во фрагменте расширенной заметки: *«Этим летом шведы у берегов Финляндии подняли со дна галеаса “Йончопинг” с тысячами бутылок редких вин на борту. ... И вот, наконец, первые бутылки “выплыли” на аукционе “Кристи” в Лондоне. К продаже заявлены только первые 24 бутылки – удачливый руководитель экспедиции Клас Бергваль пока приценивается»* – автора Наталью Грачеву репрезентируют оценочные слова *«и вот, наконец», «выплыли», «удачливый», «приценивается»* и ироничность стиля изложения. Эти средства создают ненавязчивое представление об отношении автора к событию, но не о его личных чертах. Этот способ относится к закрытому типу авторизации, для которого характерно отсутствие прямого указания автора на самого себя, но выражение своего отношения к предмету.

Закрытый тип авторизации не следует путать с нулевой, для которой характерно полное отсутствие вербальной саморепрезентации автора. В закрытом типе автор целенаправленно использует экспрессивные оценочные слова для выражения своего отношения к предмету отображения. Этот тип достаточно часто используется в аналитических жанрах.

В данной статье были рассмотрены только типовые способы авторизации современного журналистского текста. Дальнейшее выявление и всестороннее изучение способов выражения авторства публицистического текста позволит полнее представить не только особенности их вербализации, но и их функциональные свойства в жанрообразовании, что открывает большие возможности для использования этого материала в практике средств массовой информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Хорольский В. В.* Гуманизм и дегуманизация в западных СМИ: Противоречия объективизма // Гуманизация информационного пространства в контексте диалога культур: материалы междунар. науч.-практ. конф., посвященной 80-летию Ф. Агазовой. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. С. 216–219.
2. *Клушина Н. И.* Гуманистическая концепция современных массмедиа // Знания, мысли новости. URL: <http://www.radnews.ru> (дата обращения: 20.06.2017).
3. *Виноградов В. В.* Проблема авторства и теория стилей. М.: Гос. изд-во худож. лит., 1961. 616 с.
4. *Бахтин М. М.* Вопросы литературы и эстетики. М.: Худож. лит., 1975. 504 с.
5. *Барт Р.* Миф сегодня // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Изд. группа «Прогресс», 1989. С. 72–130.
6. *Лотман Ю. М.* Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб.: Академ. проект, 2002. 544 с.

7. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.

8. Солганик Г. Я. Автор как стилиобразующая категория публицистического текста // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2001. № 3. С. 74–83.

9. Ильин И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа. М.: Интрада, 1998. 613 с.

10. Золотова Г. А. Очерк функционального синтаксиса русского языка. М.: КомКнига, 2005. 350 с.

11. Всеволодова М. В. Теория функционально-коммуникативного синтаксиса: фрагмент прикладной (педагогической) модели языка. М.: Изд-во МГУ, 2000. 502 с.

12. 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.

13. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М.: АспектПресс, 2000. 184 с.

14. Бобков А. К. Газетные жанры. Иркутск: Иркут. гос. ун-т, 2005. 86 с.

REFERENCES

1. Khorolsky V. V. Gumanizm i degumanizatsiia v zapadnykh SMI: Protivorechiia ob"ektivizma [Humanism and dehumanization in the Western media: Contradictions of objectivism]. In: *Gumanizatsiia informatsionnogo prostranstva v kontekste dialoga kul'tur: materialy mezhdunar. nauch.-prakt. konf., posvyashchennoi 80-letiyu F. Agzamovoi* [Humanization of an information space in the context of dialogue of cultures: Materials of International scientific-practical conference dedicated to the 80th anniversary of the F. Agzamova]. Kazan, Izd-vo Kazan. un-ta, 2016, pp. 216–219 (in Russian).

2. Klushina N. I. Gumanisticheskaia kontseptsiiia sovremennykh massmedia (The humanist concept of the modern mass media). *Znaniia, mysli novosti*. (Knowledge, thoughts news). Availavle at: <http://www.radnews.ru> (accessed 20 June 2017) (in Russian).

3. Vinogradov V. V. *Problema avtorstva i teoriia stilei* [The Problem of authorship and the theory of styles]. Moscow, Gos. izd-vo khudozh. lit., 1961. 616 p. (in Russian).

4. Bakhtin M. M. *Voprosy literatury i estetiki* [Questions of literature and aesthetics]. Moscow, Khudozh. Lit. Publ., 1975. 504 p. (in Russian).

5. Bart R. Mif segodnia [World today]. Bart R. *Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika* [Selected works: Semiotics. Poetics]. Moscow, Izd. group "Progress" Publ., 1989, pp. 72–130 (in Russian).

6. Lotman Yu. M. *Stat'i po semiotike kul'tury i iskusstva* [Articles about semiotics of culture and art]. St. Petersburg, Academ. proect Publ., 2002. 544 p. (in Russian).

7. Arutyunova N. D. *Iazyk i mir cheloveka* [Language and the world of man]. Moscow, Yazyki russkoy kul'tury Publ., 1999. 896 p. (in Russian).

8. Solganik G. Y. Avtor kak stileobrazuiushchaia kategoriia publitsisticheskogo teksta [Author as a stylistic category of the publicistic text]. *Vestnik Moskovskogo universiteta*, Ser. 10. Journalism, 2001, no. 3. pp. 74–83 (in Russian).

9. Ilyin I. P. *Postmodernizm ot istokov do kontsa stoliitii: evoliutsiia nauchnogo mifa* [Postmodernism from the beginning to the end of the century: the evolution of scientific myth]. Moscow, Intrada Publ., 1998. 613 p. (in Russian).

10. Zolotova G. A. *Ocherk funktsional'nogo sintaksisa russkogo iazyka* [Essay on the functional syntax of the Russian language]. Moscow, Komkniga Publ., 2005. 350 p. (in Russian).

11. Vsevolodova M. V. *Teoriia funktsional'no-kommunikativnogo sintaksisa: fragment prikladnoi (pedagogicheskoi) modeli iazyka* [Theory of functional-communicative syntax: a fragment of applied (pedagogical) models]. Moscow, Izd-vo MGU, 2000. 502 p. (in Russian).

12. Smetanina S. I. *Media-tekst v sisteme kul'tury: Dinamicheskie protsessy v iazyke i stile zhurnalistiki kontsa KhKh veka* [Media-the text in the system of culture: Dynamic processes in the language and style of journalism of the late twentieth century]. St. Petersburg, Izd-vo Mikhailov V. A., 2002. 376 p. (in Russian).

13. Terlychnyy A. A. *Zhanry periodicheskoi pechati* [Genres of periodicals]. Moscow, AspectPress Publ., 2000. 184 p. (in Russian).

14. Bobkov A. K. *Gazetnye zhanry* [Newspaper genres]. Irkutsk, Irkut. gos. un-t, 2005. 86 p. (in Russian).

Статья поступила в редакцию 07.10.2017

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Урунова Р. Д. К вопросу о способах авторизации текстов и жанрах СМИ // Жанры речи. 2019. № 2 (22). С. 143–147. DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-2-22-143-147>

For citation

Urunova R. D. To the Question of the Authorization of Texts and Genres of media. *Speech Genres*, 2019, no. 2 (22), pp. 143–147 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-2-22-143-147>