

УДК 654.197
DOI 10.17223/19986645/27/12

А.А. Пронин

АВТОРСКАЯ ИНТЕНЦИЯ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКЕ: ОПЫТ ПРАКТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Статья посвящена проблеме автора в тележурналистике. Журналистское произведение анализируется в аспекте выявления коммуникативного намерения автора. Применение когнитивно-функционального подхода позволяет выявить авторскую интенцию и описать стратегии в жанровом, композиционно-сюжетном и стилевом аспектах. На конкретных примерах рассматриваются варианты применения авторских стратегий в произведениях информационной тележурналистики.

Ключевые слова: тележурналистика, автор, интенция, стратегия, медиатекст.

Проблема автора – одна из ключевых и наиболее сложных для исследователей произведения тележурналистики. На наш взгляд, перспективным способом ее изучения является когнитивно-функциональный подход, в частности интенциональный анализ, применяемый в медиалингвистике. Как отмечает Н.И. Клушина, «порождение текста диктуется авторской интенцией» [1. С. 28], которая, в свою очередь, «характеризует не сознание автора, а обозначает целеустановку высказывания или текста как единого целого» [2. С. 24]. Принимая данное положение за основу, мы постараемся применить его при анализе такой сложной поликодовой структуры, как телевизионное журналистское произведение. Но поскольку структура творческой деятельности журналиста предполагает наличие двух взаимосвязанных уровней (этапов): когнитивного и коммуникативного, то следует уточнить, что наша задача – выявить прежде всего коммуникативное намерение автора (прагматики высказывания). Безусловно, оно взаимосвязано с когнитивными установками восприятия реальности, отраженной в высказывании, и взаимообусловленность «когнитивной» и «функциональной» структуры телевизионного медиа-текста очевидна, но нас будет интересовать, главным образом, функциональность.

Однако прежде зададимся вопросом: а в какой степени задача по выявлению авторской интенции выполнима по отношению к произведению тележурналистики? Во-первых, она усложняется тем обстоятельством, что телевизионный журналист делит авторство с целым творческим коллективом, и интенция «коллективного автора» все-таки достаточно условна. Во-вторых, есть разные оценки значения авторства в тележурналистике. Одни исследователи считают, что роль автора как субъекта творчества и выразителя определенной позиции на ТВ растет, а другие, наоборот, что снижается. Так, А. Навикова, прослеживая эволюцию документальной драмы на телевидении, вспоминает знаменитую историю времен перестройки, когда С. Курехин и С. Шолохов в эфире Ленинградского телевидения рассказали о том, что «Ленин – это гриб»¹ (передача «Пятое колесо», выпуск 17 мая 1991 г.). Анализи-

¹ Расшифровка на сайте www.skeptik.net/prikol/lenin_gr.htm

руя сам факт появления курехинской мистификации, исследователь делает вывод: «Под напором безудержной фантазии телевизионных авторов пала не только официальная советская история. Пали все запреты и табу... Документ перестал быть стержнем телевизионной документальной драмы, превратившись в трамплин для фантазии авторов, которые, оттолкнувшись от него, отправились в свободный полет» [3. С. 125]. И с того самого момента, как показывает А. Новикова на примерах телепроектов Э. Радзинского, А. Гордона, Л. Парфенова, Л. Лурье и т.д., тенденция «повышения авторского начала» превратилась в доминирующий процесс.

Противоположной точки зрения придерживается, к примеру, известный социолог Александр Кустарев, который считает, что телевидение в силу «установки на фактологию» сильно «потеснило позиции авторской журналистики» [4]. По мнению исследователя, на ТВ побеждает «новый журнализм», ориентированный не на презентацию «старой высокой культуры», а на интересы и потребность к самоутверждению «малой публики», частью которой ощущают себя *сильные медиаличности*. В глазах общественности это воспринимается как демократизация, однако на деле, утверждает А. Кустарев, фактологи, «подавляя авторскую культуру, сами заняли место авторов в виде звезд или *фигур* (*personalities*)».

Мы привели два противоположных по сути суждения не столько для сравнения (они сделаны в разных дискурсах), сколько для иллюстрации актуальности задачи исследования проблемы автора в тележурналистике, в том числе и в предлагаемом нами ключе. Понимание авторских интенций и стратегий, выявление коммуникативной прагматики произведения позволяет определить существенные признаки журналистского творчества. В ситуации с медиатекстом эта задача упрощается тем, что его автор «в отличие, например, от автора художественного произведения не условный образ (рассказчик, лирический герой и т.п.), от лица которого ведется повествование, но конкретная подлинная личность со своими вкусами и пристрастиями» [5. С. 11]. То есть нам нет необходимости искать «образ автора» (или «маску») и делать поправку на ее наличие при анализе текста, мы исходим из того, что личность тележурналиста и автор, как правило, в целом совпадают – мы его видим на экране, иногда встречаем в качестве гостя в других передачах или читаем о нем в прессе. Другое дело, что в собственном журналистском произведении он активизирует только те стороны своей личности, которые востребованы ситуацией телевизионного творчества и актуальны «здесь и сейчас». И понимая это, мы можем говорить о «подлинных намерениях автора», которые обусловлены целым рядом обстоятельств: как творческих (жанр, композиция, стиль передачи), так и прагматических (технология производства, программная верстка, место в сетке вещания, рейтинг и т.д.).

Каким же образом можно определить авторскую интенцию и стратегию конкретного телевизионного медиатекста? Самый простой путь – вывести ряд стратегических формул, исходя из моделей авторства, предлагаемых известной классификацией Г.Я. Солганика. Он выстраивает структурную модель категории автора в журналистике на основе дихотомии «автор – человек социальный» / «автор – человек частный» и выделяет два базовых принципа отношения к действительности: «оценочное» и «безоценочное», которые за-

тем разбивает, соответственно, на «апологетическое» и «критическое», «информирование» и «анализ» [5. С. 79]. Последние четыре дефиниции, позволяющие выделить конкретные модели автора (пропагандист, полемист, иронист; репортер/летописец/художник, аналитик/исследователь), относятся, на наш взгляд, как раз к области творческой интенции создателя медиатекста, а следовательно, определяют стратегические намерения журналиста – хотя и в довольно общих чертах. Классификация Г.Я. Солганика, в сущности, утверждает обусловленность категории автора категорией жанра): например, безоценочное отношение на уровне информирования определяет автора как репортера, следовательно, его стратегию можно определить как *«нейтральное информирование с места события»*, – что попросту вытекает из классического определения жанра репортажа. Но практика современного телевидения показывает, что эмоциональность, а иногда и вполне «оценочное» сопереживание, в определенных случаях делает репортаж более достоверным, документальным и т.д. О подвижности жанровой системы в современной тележурналистике уже немало сказано (В.В. Егоров, С.Н. Ильченко, Т.В. Лебедева и др.), и эта тенденция естественным образом влечет за собой другую: традиционная коннотация жанр – автор в условиях быстрой смены форм творчества, характерной для медиаккультуры, теряет свою устойчивость. Разумеется, жанровое содержание журналистского произведения в значительной мере определяет характер авторства, но, во-первых, эта связь двусторонняя, а во-вторых, это не единственный фактор влияния. Кроме того, и сам базовый принцип – отношение субъекта к действительности – на практике, конечно же, не сводится к двоичной системе, как у Г.Я. Солганика, столь удобной для создания теоретической конструкции авторства. Таким образом, приходится признать, что при верных посылах подобный «дедуктивный» путь в известном смысле заменяет представления о намерениях автора на определение того, какими они должны быть.

Когнитивно-функциональный подход предполагает скорее «индуктивный» путь исследования: на основе анализа конкретных медиатекстов выявлять авторские намерения, которые позволят определить когнитивную модель профессионального поведения журналиста. При этом под намерениями, или *интенцией*, автора мы понимаем именно *целеустановку на творческую деятельность определенного характера*. Следует оговорить также, что определяемый данной интенцией способ действия, уже сознательно выбранный для выполнения однотипных задач, мы будем называть *«авторской стратегией»* (т.е. «коммуникативной стратегией автора»). Под этим термином мы, по сути, подразумеваем то, что в литературоведческих исследованиях называют «повествовательной» или «нарративной» стратегией, т.е. «каким образом автор описывает последовательность происходящих событий, как он их трактует, какие грамматические и событийные категории при этом оказываются ключевыми» [6. С. 62]. Разумеется, в случае с тележурналистикой стратегия охватывает и невербальный инструментарий. И, следуя данной логике до конца, мы вправе предположить, что при работе над конкретным журналистским произведением автор использует и определенные *тактики* (речевые, риторические, сюжетно-композиционные и т.д.), которые также необходимо анализировать.

Чтобы показать, как можно определить авторские интенции и стратегии, проанализируем несколько репортажей на одну тему. Весьма показательным в этом смысле является, на наш взгляд, пример из эфирной практики недавнего прошлого: материалы о разрешении громкого социально-экономического конфликта в г. Пикалево (4 мая 2009 г.). В этот день город в Ленинградской области, ставший знаменитым на всю страну акциями протеста против остановки градообразующих предприятий, посетил тогдашний премьер-министр В. Путин. В своем репортаже для выпуска «Последних известий» на телеканале «100ТВ» Дарья Милявская не только информирует, где и что происходило (завод, совещание в мэрии, площадь), какие лица стали героями (Путин, Дерипаска, Сердюков, безымянные активисты), но и в финальном «стенд-апе» дает оценку событию: об окончательном решении проблемы говорить еще рано, снята только острота, и не факт, что административные меры окажутся эффективными. При этом слово «горожане» и его синоним «жители Пикалево», употребляемые в репортаже около десяти раз, используются в сочетании с такими определениями, как «доведенные до отчаяния», «возмущенные», «растерянные» и т.д. Таким образом, репортер, в течение нескольких месяцев освещавший пикалевскую историю, избирает стратегию *«свидетельства-сопереживания»*, которая придает событийному репортажу публицистическую интонацию.

Корреспондент «Пятого канала» Аркадий Назаренко применил в своей работе иную авторскую стратегию: добросовестно и логически четко изложив перипетии действия, он акцентирует внимание на забавном, с его точки зрения, моменте «добровольного» подписания кабального для себя договора миллиардером О. Дерипаской, нынешним владельцем глиноземного завода. Иронизирующий автор сосредоточился в построении своего сюжета на возможности продемонстрировать аудитории показательную «порку», учиненную бизнесу властью, и это дает нам возможность утверждать, что он реализовал в своем репортаже стратегию *«иронического свидетельства»*. Его интенция в таком случае определялась априорным отношением к бизнесу как к заведомо нечистоплотному делу, а во власти он видел сильную руку и гарантию социальной стабильности. Хотя не исключено, что мотивация такого профессионального действия не только творческая и личностная, но и социальная (карьерный рост), однако это внешнее обстоятельство по отношению к собственно творческому процессу – влияет на интенцию и стратегию, но не составляет их. Кроме того, нельзя исключать и возможности прямой внешней установки или пожелания редактора, а также влияния коллег. Факторов, влияющих на целеустановку, можно выявить достаточно много, и они требуют специального изучения социологическими методами. Для нас важно, что в профессиональном сознании тележурналиста все значимые для него импульсы синтезировались в обозначенную авторскую стратегию.

Если мы проанализируем подобным образом недавние эфирные материалы, различия в коммуникативной установке автора и избранных им стратегиях также будут заметны. Например, 12 января 2013 г. в сообщениях о завершении истории с исчезновением журналистки Ирины Кабановой на телеканалах «Санкт-Петербург», «100ТВ», «Пятом» и «Первом» только журналист местного канала ограничился нейтральным свидетельством, в то время как в

работе авторов регионального и федеральных каналов была явственно видна установка на то, чтобы показать причины трагедии в широком контексте проблемы насилия в семье. Эта разница проявилась прежде всего на жанровом уровне: в первом случае в эфире была короткая видеoinформация, в трех других – развернутые проблемные репортажи, композиционно-сюжетная структура которых была обусловлена данной установкой. Кроме того, в репортажах гораздо шире использовалась и соответствующая лексика: «издевательства», «побои», «бытовое насилие» и т.д. (как в закадровых авторских текстах, так и в интервью экспертов). Очевидно, на целеустановку, определившую выбор авторской стратегии «свидетельства-сопереживания», также повлиял тот факт, что жертва оказалась коллегой-журналистом.

Приведенные выше примеры – вариант синхронного анализа, однако не менее показательным является, на наш взгляд, сравнение в динамическом ключе. Так, 14 ноября 2011 г. в Москве произошел пожар на теплоходе «Сергей Абрамов» – сравним материалы об этом событии в утреннем (9.00) и вечернем (21.00) информационных выпусках «Первого канала». В первом репортаже корреспондент Денис Давыдов, находясь на месте происшествия в момент тушения пожара, информирует зрителя о том, что происходит в данный момент: сколько пожарных расчетов, машин скорой помощи, какова площадь возгорания, сколько пострадавших и т.п. В коротком синхроне руководитель пожарных уточняет параметры пожара, не касаясь причин. Характерно, что в 1,5-минутном репортаже два стенд-апа на фоне горящего и дымящегося в темноте судна, которые образуют композиционное «кольцо». И в целом можно говорить о том, что автор избрал для репортажа стратегию *«нейтрального свидетельства»*. А вот в материале вечерней программы «Время» мы наблюдаем уже другой подход к рассказу о том же событии: на этот раз начальник пожарных высказывается о предполагаемых причинах происшедшего; появляется эпизод из больницы, где о начале ЧП говорит пострадавший член команды; в закадровом тексте журналист формулирует первые результаты комиссии по расследованию (нарушения техники безопасности и несанкционированные конструктивные изменения). Таким образом, корреспондент Илья Костин вполне логично для итогового выпуска дня изменяет стратегию *«свидетельства с элементами анализа»*.

Во всех приведенных журналистских работах основной является целеустановка на свидетельство, что позволяет сделать вполне очевидный вывод: *свидетельская интенция* является базовой для данного вида журналистского творчества. Очевидно, ею обусловлены выбор автором жанра журналистского произведения (если он не задан как внешняя установка), его композиционно-сюжетное решение, использование тех или иных речевых и иных выразительных средств, т.е. способ и приемы коммуникации, ее прагматика. Что касается авторских стратегий и тактик, определяемых данной коммуникативной целеустановкой, то их применение связано с когнитивной деятельностью автора, его отношением к факту или явлению, о котором он свидетельствует (от отстраненности до сопереживания или иронии). Кроме того, на выбор авторской стратегии может повлиять и множество внешних факторов: политических, социальных, технических и т.д., которые также необходимо учитывать при анализе произведения.

Разумеется, возникает резонный вопрос: а что дает такой анализ, для чего он нужен? На наш взгляд, он имеет очевидное прикладное значение – как метод обучения профессии. Функционально-когнитивный подход позволяет сосредоточиться на практике интерпретации отдельного произведения, определения индивидуальной когнитивной системы автора-тележурналиста в конкретном творческом, производственном и историческом контексте. Мы вполне отдаем себе отчет в том, что представленный в данной статье анализ может показаться субъективным, основанным на личном опыте преподавателя и журналиста-практика, для которого наиболее важными аспектами произведения являются жанр, композиция и стиль. Для более глубокой научной интерпретации, вероятно, недостаточно категорий классического литературоведения, и для поиска типологических закономерностей, выработки общих принципов интерпретации потребуются междисциплинарные исследования на стыке медиалингвистики, психологии, социологии и теории коммуникаций.

Литература

1. Клушина Н.И. Интенциональные категории публицистического текста в аспекте коммуникативной стилистики (на материалах периодических изданий 2000–2008 гг.): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2008. 45 с.
2. Дускаева Л.Р., Цветова Н.С. Интенциональный анализ как вектор развития // Журналистика и культура русской речи. 2012. № 4. С. 18–33.
3. Новикова А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб., 2008. 208 с.
4. Кустарев А. Конкуренция и конфликт в журналистике // Российское общество и СМИ. М., 2000. № 4. URL: <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/55938.htm>.
5. Солганик Г.Я. К определению понятия «текст» и «медiateкст» // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 17–15.
6. Петрухин П.В. Нарративные стратегии и употребление глагольных времен в русской летописи XVII века // Вопросы языкознания. 1996. № 4. С. 62–84.

Pronin Alexandr A., Saint-Petersburg State University (Saint-Petersburg, Russian Federation).

E-mail: prozin@mail.ru

AUTHOR'S INTENTION IN INFORMATION TELEVISION JOURNALISM: THE EXPERIENCE OF PRACTICAL ANALYSIS. DOI 10.17223/19986645/27/12

Keywords: television journalism, author, intention, strategy, media text.

The article deals with the author in television journalism. A journalistic work is analyzed in terms of identifying the communicative intentions of the author. Application of the cognitive-functional approach reveals the author's intention and describes the strategy in genre, compositional and stylistic aspects of the scene. Specific examples help to consider the use of individual author's strategies in information journalism.

The problem of the author is one of the key and most difficult issues for researchers of journalism. In our opinion, a promising way to study it is the cognitive-functional approach, in particular, intentional analysis used in media-linguistics. Understanding author's intentions and strategies, identifying the communicative pragmatics of a work determine the essential features of journalistic creativity. It is the purpose, the true intentions of the author, which are caused by a number of circumstances: creative (genre, composition, style) and pragmatic (production technology, montage, broadcasting schedule, rating, etc.). The author's intention is the task of creative activity of a certain character. The mode of action this intention defines, consciously chosen for the same kind of tasks, is called the author's strategy (i.e. the author's communicative strategy). This term, in fact, means the "narrative" strategy, how the author describes the sequence of events and interprets them, what grammatical and event categories in this case are the key ones. And, following this logic to the end, we may assume that when working on a specific journalistic product, the author uses certain tactics (speech, rhetoric, plot, etc.), which should also be analysed.

The article shows it by specific examples of television messages. In all the journalistic work the task is to be the evidence, which leads to an obvious conclusion: the intention of an eyewitness is basic for this kind of journalistic activity. Obviously, it motivates the author's choice of the genre of the journalistic work (if it is not specified externally), its composition and storyline solution, its speech and other expressive means – the method and techniques of communication, its pragmatics. As for the author's strategies and tactics defined by the communicative purpose, their use is associated with the cognitive activity of the author, his attitude to the fact or phenomenon, which he describes (from detachment to empathy or irony). In addition, the author's choice of strategy can be affected by many external factors: political, social, technological, etc., which should also be considered when analysing the works.

References

1. *Klushina N.I.* Intentsional'nye kategorii publitsisticheskogo teksta v aspekte kommunikativnoy stilistiki (na materialakh periodicheskikh izdaniy 2000–2008 gg.): avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. M., 2008. 45 s.
2. *Duskaeva L.R., Tsvetova N.S.* Intentsional'nyy analiz kak vektor razvitiya // *Zhurnalistika i kul'tura russkoy rechi*. 2012. №4. S. 18–33.
3. *Novikova A.* Sovremennyye televizionnyye zrelishcha: istoki, formy i metody vozdeystviya. SPb., 2008. 208 c.
4. *Kustarev A.* Konkurentsia i konflikt v zhurnalistike // *Rossiyskoe obshchestvo i SMI*. M., 2000. №4. URL: <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/55938.htm>.
5. *Solganik G.Ya.* K opredeleniyu ponyatiya «tekst» i «mediatekst» // *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10. Zhurnalistika*. 2005. №2. S. 17–15.
6. *Petrukhin P.V.* Narrativnyye strategii i upotreblenie glagol'nykh vremen v russkoy le-topisi XVII veka // *Voprosy yazykoznaviya*. 1996. № 4. C. 62–84.