

НАРРАТИВНЫЕ РЕСУРСЫ ОБРАЗНОГО ВЫСКАЗЫВАНИЯ

Н. И. Иовва

Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко

Поступила в редакцию 20 августа 2018 г.

Аннотация: в статье рассматриваются нарративные ресурсы публицистического высказывания. Внимание автора сосредоточено на публицистике как жанре речевого высказывания. Автор говорит о разнообразии и специфике нарративных стратегий, о диалоге между автором и читателем.

Ключевые слова: публицистическое произведение, нарратив, стратегия, диалог, автор, адресат, аудитория.

Abstract: the article deals with narrative resources of a publicistic statement. The attention of the author is focused on journalism as a genre of speech utterance. The author speaks about the diversity and specifics of narrative strategies, about the dialogue between the author and the reader.

Keywords: publicistic work, narrative, strategy, dialogue, author, addressee, audience.

Публицистика в современном мире является неотъемлемой частью публичного пространства. Ее отличает особая функциональная направленность и связанная с этим авторская позиция журналиста.

По мнению М. М. Бахтина, публицистика может быть рассмотрена как сложный жанр речевого высказывания, складывающийся по мере развития организованного культурного общения и обладающий устойчивыми характеристиками: тематическое содержание, стиль, композиция, целевая установка и т.д. В своих трудах М. М. Бахтин часто использует понятие «высказывание», при этом используя его как синоним понятия «произведение». Согласно его определению, высказывание (речевое произведение) — это форма существования языка в социуме и в то же время форма человеческой деятельности. М. М. Бахтин определяет высказывание как речевой жанр (устный и письменный), обладающий определенными и относительно устойчивыми типическими формами построения целого.

Говоря о публицистическом высказывании можно выделить следующие его признаки:

Высказывание констатируется наличием субъекта, при этом субъект является не внешним «формальным», а внутренним признаком высказывания.

Всякое высказывание существует среди других высказываний и в «диалоге» с ними. Произведение — звено в цепи речевого обращения, как реплика диалога. Оно связано с другими произведениями-высказываниями: и с теми, на которое оно отвечает, и с теми, которые отвечают на него.

Еще один признак — завершенность высказывания (предметно-смысловая исчерпанность, речевой замысел, воля говорящего). По М. Бахтину, она определяется возможностью ответить на высказывания.

Высказывание предполагает наличие адресата. Адресат при этом вступает как активный смыслообразующий компонент высказывания.

Публицистика многими исследователями трактуется как тип высказывания, в котором максимально развернуто такое свойство мышления и коммуникативной ситуации, как публицистичность, то есть прямое выражение мысли автором высказывания. Суть авторского высказывания сводится к тому, что оно (это высказывание) всегда воспринимается как событие, определяющее взаимоотношения адресанта и адресата.

В основе любого публицистического высказывания всегда обнаруживается та или иная коммуникативная стратегия. Как отмечает В. И. Тюпа, «нарративные практики рассказывания историй принадлежат к общекультурному полю дискурсных формаций общения и руководствуются общекоммуникативными стратегиями культуры» [1, 65].

Нарративные стратегии — это особый род коммуникативных стратегий, а именно: стратегии ретрансляции событийного опыта; в области вербализованной наррации (нарративные дискурсы) — это повествовательные версии общериторических стратегий.

Стратегии публицистического послания часто сводят к технике авторского ремесла. Так, Джеральд Принс дает определение в «Словаре нарратологии» и, по сути дела, подменяет стратегию тактикой [3, 64]. Он пишет о том, что определенный набор нарративных приемов, используемый при изложении послания, необходим для того, чтобы достичь какой-то определенной цели.

Если само коммуникативное событие является событием индивидуальностей, то коммуникативная стратегия представляет собой идентификацию коммуникативного субъекта с некоторой метасубъ-

ектной позицией в коммуникативном пространстве дискурса.

Исследуя стратегии, М. Фуко утверждает, что выбор стратегий не вытекает непосредственно из мировоззрения или предпочтения интересов, которые могли бы принадлежать тому или иному говорящему; он совершается в соответствии с положением, занимаемым субъектом по отношению к области объектов, о которых он говорит [4, 72].

При этом подлежащее вольному или невольному выбору со стороны говорящего/пишущего позиционирование себя в коммуникативном пространстве одновременно оказывается соответствующим позиционированием и адресата (а также и объекта) своего высказывания.

Именно поэтому понятие «нарративная стратегия» призвано служить не для обозначения некой суммы нарративных «особенностей» произведения. Им объемлется комплекс основных риторических параметров повествовательного высказывания: картина мира, модальность и этос.

Наиболее значительные нарративные произведения общекультурной значимости обладают собственной стратегией (внутренними законами данного нарративного феномена), которая может воспроизводиться.

Однако любая нарративная стратегия неизбежно занимает некоторое определенное место между двумя пределами: исходные протостратегии долитературных нарративных жанров (сказания, притчи, анекдоты, жизнеописания) и фундаментальные метастратегии основных дискурсных формаций культуры (героические предания, сказки, жития святых, официальные политические биографии, реклама) [5, 68].

Нарративные стратегии, по определению В. И. Тюпа, — «особый род коммуникативных стратегий культуры: конструктивное единство креативной (субъектной), референтной (объектной) и рецептивной (адресатной) компетенций нарративного текстопорождения» [2, 9].

Можно выделить следующие виды нарративных стратегий:

- 1) повествовательная;
- 2) интенционная;
- 3) коммуникационная;
- 4) конвенционная;
- 5) контекстуальная;
- 6) интерпретационная;
- 7) иносказательная;
- 8) прецедентная;
- 9) когнитивная;
- 10) конструктивистская.

В своей совокупности эти стратегии покрывают пространство повествования в публицистическом произведении, которое по своей сути представляет собой послание от субъекта высказывания аудитории.

Публицистическое произведение как послание всегда адресно: это не «письмо на деревню дедушке», а публицистическое высказывание, предназначенное аудитории, на которую ориентируется автор. Сложность этой ориентации очевидна — формат аудитории определяется многими факторами, но прежде всего — свободной подпиской на издание или столь же свободным выбором в газетном киоске или в Сети.

Разумеется, существуют общеполитические издания и издания специализированные (детские, молодежные, профессиональные), но сегодня вектор авторского высказывания определяется самим субъектом высказывания — автор моделирует сою аудиторию.

В этом процессе формирование аудитории большую роль играет авторитет издания и личность самого автора, концептуальная ориентация издания в организации диалога с аудиторией, и, наконец, совершенно непредсказуемые интересы аудитории, ее предпочтения к конкретным темам, авторам, жанрам и формам подачи материала.

И тем не менее можно говорить о специальных нарративных стратегиях, которые определяют характер диалога субъекта высказывания с аудиторией.

Рассмотрим специфику этих стратегий.

Повествовательная стратегия как универсальное явление вбирает в себя литературоведческие и современные культурологические, социологические тенденции, расширяет технологии создания художественных образов, характеризуется наличием определенных средств, приемов, способов анализа публицистического произведения. Эта стратегия раскрывается в тональности заглавия, особенностях стилизации и детализации публицистического высказывания.

В основе повествовательной стратегии лежат следующие принципы:

- речевая характеристика высказывания;
- звуковая картина повествования;
- архитектура повествования;
- композиция повествования (воздействие повествовательных и описательных компонентов);
- детализация.

Базовый принцип повествовательной стратегии — высказанное слово должно быть понятно аудитории, точка зрения автора должна быть изложена внятно, структура высказывания должна быть очевидной и тщательно продуманной.

Самое главное в повествовательной стратегии — прочный контакт автора с аудиторией в процессе их взаимоотношений: активность авторского высказывания порождает ответный интерес аудитории.

...Короткая заметка в еженедельнике «Собеседника» (№ 15, 18—24 апреля 2018 г.) «Смерть на детской площадке»: В Козельске (Калужская область) 8-летняя девочка получила смертельный удар током, играя на площадке.

Второклассница каталась на роликах на детской площадке, которая окружена невысоким металлическим штакетником. Казалось, что может быть безопасно.

Но вот девочка споткнулась и, пытаясь удержаться на ногах, схватилась за один из столбиков заборчика (на некоторых из них установлены красивые фонарики, другие еще ждут своего украшения). Красота оказалась смертельной. Удар тока не оставил девочке шансов <...>

Кто принял площадку, по которой пропущен не положенный в таком случае ток в 12 Вт, а вполне себе мощный, в 220 Вт? Кто вообще отвечает за этот забор? Жителям не удалось найти ответа на эти вопросы.

Повествование выдержано в сугубо информационном тоне. Никаких сложных лексических приемов. Только сообщение о гибели ребенка и очевидный вопрос — «Кто виноват?». Со времен Герцена в России ищут ответ на этот вопрос. А ответа все нет и нет.

Еще один немаловажный принцип — детализация, которая обусловлена организацией диалога с аудиторией. Образная форма публицистического произведения заключает в себе три стороны: систему деталей предметной изобразительности, систему композиционных приемов и словесный (речевой) строй. Обычно к художественной детали относят преимущественно подробности предметные в широком понимании: подробности быта, пейзажа, портрета. Детализация в публицистике не просто интересна, желательна, — она неизбежна; говоря иначе, это не украшение, а суть образа. Ведь воссоздать предмет во всех его особенностях автор не в состоянии, и именно детали замещают в тексте целое. Выбирая ту или иную деталь, автор рассчитывает на воображение, опыт читателя, добавляющего мысленно недостающие элементы.

Следующая стратегия — *интенционная*, то есть неотделимость события (в качестве интенционного объекта) от нарративного сознания (субъективного источника наррации), поскольку «главное действующее лицо события — свидетель и судья» (Бахтин), в сознании которого актуализируется смыслообразность происшедшего.

Коммуникативная стратегия (договор с аудиторией, код). Существует большое количество трактовок понятия «коммуникативная стратегия». Так, Е. В. Клюев говорит о коммуникативной стратегии как о «совокупности запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» [11, 192]. Под коммуникативной стратегией мы понимаем путь, посредством которого адресант воздействует на адресата, схему речевых действий, которые приводят говорящего к достижению цели. Все коммуникативные стратегии с функциональной точки зрения можно разделить

на основные и вспомогательные: основная стратегия — та, которая на данном этапе коммуникативного взаимодействия является наиболее значимой с точки зрения иерархии мотивов и целей, вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия, оптимальному воздействию на адресата. Под коммуникативной тактикой в работе понимаются шаги к достижению коммуникативного успеха, конкретные способы реализации авторского замысла и выбранной автором стратегии, т.е. формы высказываний, которые являются способами трансляции оценочного суждения и его обоснования.

Автор формирует четкую систему взаимодействия с целевой аудиторией. Адресация применительно к процессу изучения публицистического произведения представляет собой сложное явление, она включает в себя: героя-адресата, к которому обращены высказывания персонажей (изображенная коммуникация); образ читателя, выступающего в роли слушателя или собеседника автора на страницах произведения; адресата, принадлежащего внутреннему пространству послания. Это читатель, рожденный авторским сознанием, который предлагается реальному читателю в качестве точки зрения, а само послание:

- в роли программы или партитуры (А. Компаньон), «герменевтического кода» (Р. Барт), который следует разгадать и наметить вероятную интерпретативную стратегию;
- реального адресата, принадлежащего внешнему пространству произведения, вступающего в диалог с посланием;
- адресата высказываний в коммуникативных ситуациях.

Анализ изображенной коммуникации является важной составляющей коммуникативной стратегии изучения публицистического произведения, нацеленной на полюс адресата.

Конвенционная стратегия. Публицистическое произведение всегда «упаковано» в определенный жанр. Жанр, как известно, категория детерминированная, т.е. обусловленная теми задачами, которые ставит перед собой публицист.

Выбор жанра зависит от автора, поскольку каждый жанр — оптимальный способ решения конкретной творческой задачи.

Модус высказывания определен в повествовании теми задачами, которые решает автор.

Код заметки «Смерть на детской площадке» не сложен для восприятия. Вряд ли даже начитанный знаток литературы вспомнит при этом известный детектив «Смерть в «Восточном экспрессе».

Главное в заметке — короткое сообщение о гибели ребенка.

Естественный ассоциативный повод — кемеровская история.

Ну, и Достоевский, конечно, вспоминается: «Вся гармония мира не стоит слезинки одного ребенка».

Контекстуальная стратегия заключается в том, что читатели воспринимают публицистическое произведение в рамках широкого социокультурного контекста. Связные произведения существуют не в вакууме, следовательно, обработка такого послания — это не только когнитивное, но и социальное событие. Также в социальном контексте происходит и процесс понимания произведения аудиторией.

Контекстуальная стратегия — вписанность происходящего в событийный ряд происшествий, аналогичных случившемуся.

Контекстуальность — апелляция к памяти аудитории, к ее интеллекту, к поиску закономерности, к постижению сущности человеческого бытия.

Движение от конкретного факта к обобщению — основа любого публицистического высказывания. При этом автор вовсе не обязательно выстраивает некий ассоциативный ряд. Контекстуальная стратегия предполагает и самостоятельное выстраивание ассоциативного ряда аудиторией.

Это обстоятельство порождает *прецедентную стратегию* нарратива.

Прецедентная стратегия — это некая «идеальная» ситуация, когда-либо бывшая в реальной действительности. Может быть реальной и виртуальной. Обращение к прецедентному произведению может многократно возобновляться в процессе коммуникации через связанные с этим произведением прецедентные высказывания, прецедентные ситуации или прецедентные имена. Прецедентные произведения обычно не могут быть использованы в речи, поскольку «хранятся» в когнитивной базе представителя того или иного читателя в виде инварианта восприятия.

Прецедент — это не столько напоминание о прошлом, сколько предчувствие будущего, прогнозирование возможного.

Формула прецедентной стратегии в публицистическом высказывании выглядит так:

Было — стало — будет (?)

Знак вопроса в данном случае — это активизация позиции аудитории, которой адресовано авторское послание.

Интерпретационная стратегия публицистического высказывания естественным образом связана с интеллектуальными возможностями аудитории. Задача публицистического высказывания заключается в том, чтобы не просто расширять представление аудитории об окружающем мире, но и последовательно способствовать самостоятельному пониманию того, что в этом мире постоянно происходит.

Ключевые вопросы понимания: «Почему?», «Каким образом?», «Зачем?».

Помощь в постижении закономерностей, наличие нити Ариадны в лабиринте сцеплений бытия —

важнейшее обязательство субъекта высказывания перед аудиторией, которую автор к себе приучил.

Как заметил М. Бахтин, «говорящий... ждет не пассивного понимания, так сказать, только дублирующего его мысль в чужой голове, но ответа, согласия, сочувствия, возражения, исполнения и т.д.» [7, 247].

Движение от воспроизводящего сознания к сознанию воспринимающему и дальнейшее преобразование воспринимающего сознания в обновленное воспроизводящее сознание — вот суть нарративных отношений.

Понимание чужой речи тесно связано со *стратегией иносказания* — специфической формой организации высказывания, в которой господствует демонстративно оформленное комическое или сказовое слово.

Иносказание — всегда игра с аудиторией. Иносказание граничит с подражанием, с разрушением речевого канона, с народным опровержением речевой традиции.

Иносказание расширяет восприятие речевых возможностей слова, побуждая аудиторию к самостоятельной идентификации не только произнесенного слова, но и к большему пониманию того, что собой представляет сам субъект высказывания.

Говоря о нарративе как о существенном ресурсе самоопределения личности, нельзя не отметить наиболее распространенные интонации нарратива — назидательность, доверительность, исповедальность, полемичность (дискуссионность), бесстрастность и рефлексивность произносимого слова.

Все сказанное выше позволяет сделать следующий вывод: публицистическое произведение по своей сути является коммуникативным событием, поскольку оно содержит призыв не просто к передаче определенной информации, но и побуждение к ее осмыслению и появлению нового высказывания, принадлежащего уже адресату.

Иными словами, коммуникация всегда продуктивна, она не только передает информацию, но и побуждает аудиторию к самостоятельному смыслопорождению.

Интересны мысли А. А. Потебни, который высказался парадоксально: «Посредством слова нельзя передать другому свои мысли, а можно только пробудить его собственную. Сущность, сила такого произведения не в том, что разумел под ним автор, а в том, как оно действует на читателя» [8, 181].

Когнитивная стратегия раскрывается в том, что автор, создавая произведение, конструирует ментальное представление своего послания. Читателю для понимания этого послания необходимо построить ментальное представление. Авторская репрезентация и репрезентация читателя могут не совпадать.

Конструктивистская стратегия заключается в том, что автор и читатели конструируют в памяти некоторое представление о мире, автор — на основе

визуальных, языковых, а читатели — на основе языковых данных и воображения.

Между тем при описании той или иной авторской стратегии следует выйти за рамки рассмотрения повествования «как совокупности» фрагментов текста публицистического произведения, приписанных автором-творцом повествователю (рассказчику), подвергая анализу их «посреднические» функции, определяя взаимосвязь как фиктивного читателя с миром персонажей, так и автора-творца с реальным читателем послания. Автор публицистического произведения выступает как его представитель; содержание публицистических текстов выражает общепризнанные смыслы и значения.

В проблеме автора-творца открываются все новые и новые грани. Какой авторский смысл несет в себе публицистическое произведение, каковы его пределы и как он соотносится с другими смыслами и значениями?

Для начала следует отметить и определить главное понятие — «авторство». Оно предполагает, прежде всего, принадлежность создателю, генетическую связь творения с субъектом творчества, отсюда и авторский смысл в произведении, исходящий от автора, связанный с творцом, с субъектом творчества, — это его воля, проявившаяся в послании, его воплощение представления о реальности и идеале. Произведение как бытие, как процесс отражает взаимодействие автора и объективной реальности, творца и жизненного материала. Но в публицистическом произведении есть еще одна обязательно учитываемая величина и немаловажная инстанция, влияющая на послание — адресат. С ним автор через посредников договаривается о взаимопонимании или сообщает о невозможности такового. Внутри произведения взаимодействуют три смысла — автора, героя, читателя. И авторский в нем — один из основных. Так, отразившиеся в произведении субъективные намерения автора и его оценка (идея, мнение, тенденция) могут не совпадать со смыслом, который увидит в произведении читатель.

Касаясь проблемы внимания, Абраам Моль в «Социодинамике культуры» пишет: «Известно, что, читая любой текст, мы всегда выделяем в нем несколько опорных точек, закон распространения которых установить, пока не удалось» [9, 125]. Факторы внимания в структуре публицистического послания разнообразны: это, прежде всего, текстовый зачин, предисловия, прологи, вступления, первые абзацы и строфы, и даже первые строки, ритуальные обращения к читателю, предупреждения, предупреждения по ходу сюжета; система слов и словосочетаний — сигналов и призывов к повышенной читательской внимательности (к примеру, такие слова, как «вдруг», «но тут как раз», «внезапно», «однако», «и вот» и пр.).

В основе любого фактора привлечения внимания аудитории к тому или иному посланию лежит диалог,

поскольку публицистическое произведение всегда стремится возбудить активное соучастие аудитории, вызвать сопоставление с собственным жизненным и житейским опытом воспринимающего. При этом зона соучастия способствует созданию длительного заинтересованного отношения к высказыванию, и не только к его основным, но и к побочным мотивам, к его деталям, узнаванию в тексте «своего», «близкого», «трогающего за душу».

Задача адресата любого публицистического послания — заставить адресатов быть неравнодушными к современным жизненным реалиям.

В свою очередь, Г. А. Лескис говорит о присутствии в произведении всякого рода ассоциаций, рассчитанных на повышенную активность адресатов [10, 83]. В связи с этим можно выделить лейтмотивы, или опорные, ключевые слова-понятия, культурно-исторические, бытовые, этнографические, социально-политические и другие реалии. К соучастию побуждают прямые авторские — лирические, философские, публицистические — отступления и вкрапления.

Подведем предварительные итоги.

Публицистическое произведение — продукт целенаправленной творческой деятельности автора. Важнейшая задача публициста, опираясь на собственное представление о реальной действительности, — сформировать, сформулировать и высказать свой взгляд на процессы, протекающие в социальной реальности.

Главное в этом высказывании — наличие точки зрения, высказанной прямо или выглядящей опосредованно.

Авторская точка зрения — ядро высказывания, представляющего собой нарратив, т.е. суждение, оформленное как некое высказывание, в основе которого лежит организация диалога с аудиторией.

Нарратология — область научного поиска, смысл которого — объяснение искусства повествования, опирающегося на анализ самого процесса рассказывания, в основе которого, как заметил М. М. Бахтин, лежит не только само событие, о котором идет речь, но и событие самого рассказывания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тюпа В. И. Дискурсивные формации: Очерки по компаративной риторике / В. И. Тюпа. — Москва: Языки славянской культуры, 2010.
2. Тюпа В. И. Нарративная стратегия романа / В. И. Тюпа // Новый филологический вестник. — 2011. — № 3
3. Prince G. A Dictionary of Narratology / G. Prince. — Lincoln & London: Nebraska University Press, 1987.
4. Фуко М. Археология знания / М. Фуко. — Киев: Ника-Центр, 1996.
5. Roussin Ph. Genealogies de la narratologie, dualisme des theories du recit / Ph. Roussin // Narratologies contemporaines. — Paris, 2010.

6. Теория литературных жанров / под ред. Н. Д. Тмарченко. — Москва: Академия, 2011.

7. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. — Москва, 1979.

8. Потебня А. А. Эстетика и поэтика / А. А. Потебня. — Москва, 1976.

9. Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль. — Мо-

сква: Прогресс 1973.

10. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения / М. Н. Ким. — Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В. А., 2001.

11. Ключев Е. В. Речевая коммуникация / Е. В. Ключев. — Москва: ПРИОР, 1998.

*Приднестровский государственный университет им.
Т. Г. Шевченко*

*Иовва Н. И., преподаватель кафедры журналистики
E-mail: iovva.nata@mail.ru*

*Pridnestrovian Shevchenko State University
Iovva N. I., Lecturer of the Journalism Department
E-mail: iovva.nata@mail.ru*