

АВТОР И АУДИТОРИЯ: ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НА ТЕЛЕВИЗИОННОМ ЭКРАНЕ

В. В. Колесникова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 1 октября 2018 г.

Аннотация: в статье рассматривается специфика выражения авторской позиции на современном телевидении, место и роль автора на телеэкране, его возможности, формы взаимодействия с аудиторией.

Ключевые слова: автор, образ автора, телевидение, интерактивность, массовая коммуникация.

Abstract: the article deals with the specifics of the author's position expression on modern television, the place and role of the author on the TV screen, his capabilities, forms of interaction with the audience.

Keywords: author, author's image, television, interactivity, mass communication.

Автор почти всегда незримо присутствует в любом тексте и передает нам прямо или завуалировано свой взгляд на действительность. Мы можем охарактеризовать автора как создателя любого творческого труда. С одной стороны, это конкретная личность с определенным набором характеристик: биография, характер, облик. С другой стороны, понятие автора имеет более широкое значение. По мнению исследователя В. Е. Хализева, авторство может иметь несколько ступеней [1, 61]:

Творец художественного произведения как *реальное лицо* с определённой судьбой, биографией, комплексом индивидуальных черт.

Это *образ автора*, локализованный в художественном тексте, т.е. изображение писателем, живописцем, скульптором, режиссером самого себя.

Это *художник-творец*, имманентный произведению.

Существует множество различных подходов к изучению теории автора. Эти подходы особенно отчетливо стали вырисовываться в критике XIX в. и сводились к противостоянию мнений о месте автора и его значимости в том или ином тексте. Например, Н. А. Добролюбов призывал учитывать личность и мнение автора, который «сливает и перерабатывает в общности своего мирозерцания разнообразие и противоречивые стороны живой действительности» [2, 428]. Позиция Д. И. Писарева была противоположной: «...мне нет никакого дела <...> до личных убеждений автора <...> я всматриваюсь и вдумываюсь в <...> события, стараюсь понять, каким образом они вытекают одно из другого, стараюсь объяснить себе, насколько они находятся в зависимости от общих условий жизни, и при этом оставляю совершенно в стороне личный взгляд рассказчика, который может передавать факты очень верно и обстоятель-

но, а объяснять их в высшей степени неудовлетворительно» [3, 162].

В. В. Виноградов, разработавший концепцию «образа автора» как центра композиционно-речевой системы текста, в работе «О теории художественной речи» писал: «Образ автора — это не простой субъект речи, чаще всего он даже не назван в структуре художественного произведения. Это — концентрированное воплощение сути произведения, объединяющее всю систему речевых структур персонажей в их соотношении с повествователем — рассказчиком или рассказчиками и через них являющееся средоточием, фокусом целого» [4, 118]. Таким образом, роли автора в любом произведении уделялось значительное место.

Помимо этого теоретиками активно рассматривался вопрос взаимопроникновения функций биографического и эстетического автора. Однако многие исследователи сходились во мнении, что четкого разграничения этих понятий быть не может, поскольку любой существующий опыт автора так или иначе находит свое воплощение в произведении.

М. М. Бахтин предложил выделять следующие категории авторов: биографический автор, первичный автор, вторичный автор. Биографический автор — существующий в реальной жизни и «живущий своей биографической жизнью» человек. Первичный автор (не созданный) «не может быть образом: он ускользает из всякого образного представления. Когда мы стараемся образно представить себе первичного автора, то мы сами создаем его образ, то есть сами становимся первичным автором этого образа. Создающий образ (то есть первичный автор) никогда не может войти ни в какой созданный им образ». Вторичный автор — образ автора, созданный первичным автором» [5, 353].

Н. Т. Рымарь и В. П. Скобелев, размышляя об авторе как структурообразующем элементе текста, пред-

положили, что автор может рассматриваться и как организатор, «как источник и осуществление художественной формы, с одной стороны, и как носитель более или менее известной биографии — с другой, тяготеют к тому, чтобы совместиться в сознании читателя...» [6, 45].

Такая позиция имеет большое значение не только для исследования данного вопроса, но и для понимания позиции автора на телевизионном экране. На телевидении автор, во-первых, организует пространство вокруг себя, во-вторых, он предстает перед зрителем как личность с определенной биографией, и чем более популярна эта личность у аудитории, тем более высокими становятся рейтинги той или иной телепередачи.

В тележурналистике мы можем обозначить несколько видов авторов (в зависимости от функций, которые выполняет журналист):

Пропагандист (агитатор) — побуждает к определенным действиям, мнениям, принятию какого-либо решения.

Полемист — ведет дискуссию или спор по вопросам политики, экономики, философии, литературы и т.д.

Репортер — повествует «с места событий», создает текстовый, аудиовизуальный или мультимедийный контент.

Хроникер — ведет летопись событий.

Аналитик-исследователь — изучает проблему, выносит аргументированные оценки о событиях и их последствиях.

Информатор — даёт объективную информацию преимущественно без оценки происходящего.

Интервьюер — собирает сведения в вопросно-ответной форме, в процессе интерактивного общения с аудиторией, проводя беседу с кем-либо.

Колумнист — ведёт персональную рубрику или колонку, формирует «журналистику мнений».

В то же время функции автора-тележурналиста, телеведущего этим не ограничиваются. Конечным пунктом для автора является аудитория, и его задача — всеми возможными способами донести информацию до зрителя. Информационно-технологические процессы, повлиявшие и на современное телевидение, способствовали развитию интерактивности в телевизионном пространстве как особой формы взаимодействия автора с аудиторией. Интерактивность стала не только формой обратной связи, но и технологическим приемом, представляющим собой имитацию такого общения. Так возникли такие первичные формы взаимодействия со зрителем, как опросы и голосование. Особо ощутимо форма интерактивности проявилась и продолжает развиваться в интернет-СМИ: поиск материалов в архивах и по тегам, возможность комментирования, личных обращений к журналистам. Интерактивность в более широком смысле можно охарактеризовать как

переход от монолога к диалогу, как взаимный обмен актуальной и значимой информацией.

В то же время активное взаимодействие с аудиторией позволяет выполнять и еще одну задачу — это получение подробнейшей информации о каждом человеке, о его действительных интересах и предпочтениях. На сегодняшний день цель любого канала не только найти свою информационную нишу, но и выявить потребности своей целевой аудитории благодаря получению подробной информации о каждом зрителе. Таким образом, сегодня не аудитория подстраивается под конкретного автора-создателя программы или ведущего, а автор обязан выбрать правильный вектор взаимодействия для получения нужной реакции аудитории и, конечно же, рейтингов.

С. Г. Корконосенко выделяет следующие формы обратной связи [7, 132]:

— *эпистолярная* (почта редакций, сюда же можно отнести обращение по телефону);

— *мгновенная* (по телефону в момент теле- или радиопередачи, а также прямое включение камер и микрофонов для трансляции мнений аудитории; в газетной практике подобную функцию выполняют беседы с читателями по «горячей линии»);

— *соавторская* (привлечение авторского актива для подготовки выпусков изданий и программ);

— *тестирующая* (выяснение позиций аудитории по поводу работы редакции или предмета обсуждения в СМИ — с помощью анкет, личных интервью, телефона);

— *консультативная* (обсуждение продукции редакции в ходе читательских и зрительских конференций, устных выпусков издания, дней открытого письма и т.п.);

— *экспертная* (изучение обзоров работы СМИ, исследовательских и научно-критических материалов о журналистской практике, мнений специалистов-экспертов);

— *исследовательская* (рейтинговые замеры динамики реальной аудитории изданий или программ и углубленное изучение состояния аудитории, в том числе по заказу редакции).

Совместное использование нескольких форм обратной связи позволяет достичь непрерывного диалога журналиста с аудиторией, а систематическое исследование аудитории и наблюдение за ее поведением помогает определить её потребности и интересы.

Таким образом, аудитория является важнейшим звеном в процессе коммуникации. Следует подчеркнуть, что благодаря изменениям, происходящим в массовой коммуникации в последнее время, автору отводится первостепенное место в СМИ. Границы между его образом и реальным человеком стираются, а степень выражения его собственной позиции становится всё более интересной зрителям. Возникает

цепочка «автор — материал — аудитория», в которой просматривается конечная цель автора: донести информацию до конкретных людей. Поведение автора (исполнение функций, формирование контента, взаимодействие с аудиторией) говорит о степени эффективности его деятельности в данной системе массовой коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хализев В. Е. Теория литературы: учебник / В. Е. Хализев. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва, 2005.
2. Добролюбов Н. А. Забытые люди / Н. А. Добролюбов

Воронежский государственный университет

Колесникова В. В., кандидат филологических наук, доцент, и.о. заведующего кафедрой телевизионной и радиожурналистики

E-mail: kolesnikova.vvv@yandex.ru

// Литературная критика: в 2 т. — Ленинград, 1984. — Т. 2.

3. Писарев Д. И. Борьба за жизнь / Д. И. Писарев // Достоевский в русской критике. — Москва, 1956.

4. Виноградов В. В. О теории художественной речи / В. В. Виноградов — Москва: Высшая школа, 1971.

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

6. Рымарь Н. Т. Теория автора и проблема художественной деятельности / Н. Т. Рымарь, В. П. Скобелев. — Воронеж: ЛОГОС-ТРАСТ, 1994.

7. Корконосенко С. Г. Основы журналистики / С. Г. Корконосенко — Москва: Аспект Пресс, 2001.

Voronezh State University

Kolesnikova V. V., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Acting Head of the Department of Television and Radio Journalism

E-mail: kolesnikova.vvv@yandex.ru