

## **РЕЧЕВАЯ МАСКА В СТРУКТУРЕ ОБРАЗА АВТОРА ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА**

В статье описывается четырехуровневая модель образа автора публицистического текста. Анализируется речевая маска как компонент образа автора. Выделяются факторы, влияющие на выбор речевой маски. Называются аспекты речевой маски автора публицистического текста, описывается ее специфика.

*Ключевые слова:* публицистический стиль, образ автора, речевая маска, языковой имидж.

Аксиомой стилистики является то, что «даже в самом объективном повествовании присутствует образ автора, потому что эта объективность есть ни что иное, как особая конструкция, особое построение “образа автора”» [Брандес, 2009. С. 53]. В медиатекстах образ автора сохраняет за собой центральный, организующий статус универсальной текстовой категории. В стилистических исследованиях утверждается, что такие универсалии, как шкала ценностей, оценочность, идеологема, образ автора, «обязательно присутствуют в газетных текстах в любой исторический период» [Клушина, 2008. С. 57]; тип автора анализируется как важнейший параметр публицистического текста (далее – ПТ) [Солганик, 2007. С. 17]; признается обязательность авторской модальности в тексте любого жанра публицистики [Синепупова, 2006. С. 9]. В научной литературе предлагаются различные решения моделирования образа автора в тексте. Продуктивным для анализа медиатекстов представляется выделение двух авторских планов / уровней – исходно-эстетического (автор-творец) и внутрисконструктурного (между повествователем / рассказчиком и героем, между автором и читателем) [Свительский, 2005. С. 16]. Опираясь на данную теорию, мы моделируем четырехуровневую структуру образа автора ПТ. В предлагаемой модели первый и второй уровни представляют исходно-эстетический план, а третий и четвертый – внутрисконструктурный.

Целью настоящего исследования является анализ авторской речевой маски как одного из компонентов образа автора ПТ.

Первый уровень образа автора – реальный коллективный автор. В процессе создания медиатекста «на установки журналиста накладываются установки целого ряда лиц» [Богуславская, 2008. С. 49], готовый текст дает представление о субъектах, его творивших. В сознании читателя формируется образ, включающий заказчика, спонсора, работников издательства – редактора, корректора и др. Кроме того, интертекстуальность и интердискурсивность предполагает включение в образ автора на этом уровне его соавторов – компетентных и авторитетных лиц, мнение которых учитывалось при создании текста. Результат моделирования образа автора ПТ в сознании адресата – «коллективные виртуальные мегаавторы» [Горохов, 2006. С. 11].

Второй уровень – реальный индивидуальный автор, который реализуется в речевой деятельности как языковая личность. Причинами актуальности этого уровня образа автора современного ПТ являются следующие:

- 1) автор есть человек социальный и человек частный [Серова, 2007. С. 13; Солганик, 2007. С. 17–19];
- 2) наличие биографического автора – основное свойство ПТ [Горохов, 2006. С. 15];
- 3) персонализация речи – специфическая черта публицистического дискурса [Романова, 2009];

4) образ автора «изоморфен самому автору-журналисту, создателю текста» [Клушина, 2008. С. 40].

В современном медиадискурсе автор эксплицируется все более отчетливо, все более настойчиво, иногда – агрессивно. Анализ образа автора на этом уровне ставит вопросы, связанные с понятием языковой личности (ЯЛ), см. теории Г. И. Богина, В. В. Виноградова, В. И. Карасика, Ю. Н. Караулова, В. В. Красных, А. А. Леонтьева, В. А. Масловой. Разнообразные типологии языковых личностей (лингвориторические, статусно-ролевые, модальные и др.) можно применять как исследовательский инструмент при анализе образа автора ПТ.

Третий уровень – образ вербального автора – представляет собой социально-интеллектуальную интенцию, речевую стратегию и тактику, композиционный центр, композиционное единство и идиостиль. Языковой / речевой имидж и языковая / речевая маска журналиста являются компонентами образа автора в тексте. Имидж отличается от маски по следующим признакам: имидж – это образ, маска – личина; имидж может строиться на основании естественных качеств личности; имидж всегда создается целенаправленно; маска – результат вербальной деятельности, а имидж имеет вербальную и невербальную составляющую; имидж может принадлежать не отдельному человеку, а целому коллективу [Морозова, 2005. С. 28–29]. Однако речевая маска автора ПТ обладает функционально-стилевой спецификой. Во-первых, маска говорящего, как и имидж, всегда создается целенаправленно. Главная функция маски в ПТ – не сокрытие «Я», а открытие нового авторского «Я» и воздействие на массовый адресат с целью информирования и социального регулирования. Имидж автора ПТ – это образ, сквозной для ряда текстов. Имидж скрепляет второй уровень образа автора (индивидуальный реальный автор) и третий уровень (образ вербального автора). Маска – это образ, используемый в рамках одного или нескольких текстов. Маска погружает текст в стихию языковой игры (в самом широком понимании), дарит читателю поводы для разграничения реального и вербального автора.

Второй и третий уровни образа автора обязательно коррелируют: языковая личность рассматривается как текст [Буров,

2003] и соотносится с явлениями языкового имиджа и речевой маски [Морозова, 2005]. Однако ЯЛ и ее имидж / маска отчетливо разграничиваются как теоретические конструкции, как уровни в образе автора: ЯЛ выступает в качестве точки отсчета, когнитивно-вербальной базы и мотивирующей основы для создания языкового имиджа или речевой маски. С. В. Иванова рассматривает ЯЛ в качестве некоей матрицы, которая организует лингвокультурный код – «инструмент, который обеспечивает полноценную коммуникацию в пределах данного семиотического пространства», и выделяет следующие уровни в ее структуре:

1) структурно-семантический – уровень владения единицами языка;

2) когнитивный, или лингвокогнитивный, – владение когнитивными механизмами языка в форме концептов, фреймов и т. д.;

3) прагматико-экстралингвистический – владение культурной базой, обеспечивающей реализацию коммуникативных возможностей [Иванова, 2004. С. 35–39].

Если ЯЛ есть матрица, организующая некий код, то маска – это один из вариантов заполнения матрицы, один из возможных кодов, который обеспечивает успешную коммуникацию. Выбор и презентация маски в публицистическом тексте требуют от журналиста актуализации всех уровней его языковой личности. Особенно важным представляется когнитивный уровень, так как когнитивный конструкт стиля во всех его проявлениях включен в когнитивное пространство языковой личности наряду с понятиями, концептами, стереотипами, фреймами и т. п., которые, по выражению Ю. Е. Прохорова, «овеществляются» с помощью языковых средств. Речевая маска автора, безусловно, репрезентирует и коммуникативно-культурное пространство языковой личности, в котором через речеповеденческие шаблоны реализуются национальные социокультурные стереотипы речевого общения [Прохоров, 2006. С. 113–114]. Языковая личность и маска сопряжены в аксиологическом аспекте. С помощью маски автор публицистического текста актуализирует или моделирует в тексте ценностное пространство своей ЯЛ. Мотивирующими факторами для создания той или иной речевой маски автора ПТ выступают компоненты ЯЛ – субъективные (цели, зна-

ния и др.) и объективные (биологические, социальные, индивидуально-психологические). Например, presupposition самооценки обуславливает выбор стилистических средств согласно статусно-психологической роли (родитель, взрослый, ребенок) и эмоционально-волевой роли (ментор, ритор, бунтарь и др.) [Сулимов, 2003. С. 57].

Маска автора ПТ включает несколько аспектов. Риторическая составляющая маски – это стратегии и тактики, риторические приемы, используемые автором в тексте, в конкретной коммуникативной ситуации. Психическая составляющая маски обуславливает специфику преломления информативно-эмоционального образа коммуникативной ситуации и ее контекста. Этот аспект реализуется в медиатекстах через экспликацию рационально-нормативного или, напротив, искаженного поведения (расстройства восприятия, мышления и эмоциональные расстройства). Лингвостилистическая составляющая репрезентирует автора как носителя языка, представителя определенной речевой культуры. Статусно-ролевая составляющая базируется на перечисленных выше и позволяет автору позиционировать себя как участника коммуникативной ситуации, как информационного посредника. Таким образом, под речевой маской автора ПТ понимается один из аспектов образа вербального автора – результат реализации коммуникативной позиции автора в форме субъективной модальности и персональности как текстовых категорий.

Последний уровень образа автора – «автор в тексте», автор-персонаж. Авторское «Я» публицистической речи рассматривается в стилистике как «воплощение автора как одного из персонажей текста, речевая партия автора, противопоставленная речевым партиям других персонажей или существующая наравне с ними» [Коньков, 1996. С. 8–9]. Этот уровень, на наш взгляд, факкультативен. Однако в некоторых жанрах (интервью, беседа, репортаж и др.) автор-персонаж является жанрообразующим компонентом. Он всегда эксплицирует и усиливает речевую маску.

Предлагаемая четырехуровневая модель автора соотносится с текстом не как с речевой тканью – полотном, а как с дискурсом – текстом, взятом в экстралингвистическом окружении и развертывании. Специфика образа автора медиатекста, своеобразие его

воплощения в тексте обусловлены, с одной стороны, экстралингвистическими факторами (эпоха, идеологическая направленность издания, психотип пишущего и т. д.), с другой – стилистическими факторами (внутренняя дифференциация публицистического стиля). Отсутствие единой классификации подстилей публицистики вполне объяснимо. Пестрота стилового рисунка современного медиапространства вынуждает ставить вопрос о замене теоретического конструкта «стиль» на понятие «конструктивный стиловый вектор» (теория В. Г. Костомарова).

При всем разнообразии подходов к внутренней дифференциации публицистики можно назвать ряд классификационных оснований. Первая типология медиатекстов основана на выделении двух разнонаправленных процессов в дискурсе современной прессы – субъективизации (усиление личного начала, актуализация фигуры автора текста, оценочность, эмоциональность, экспрессивность, адресованность) и подчеркнутой объективизации текста (увеличение доли чужого слова, повышение полемичности, интертекстуальность) [Кормилицына, 2009. С. 186–187]. Вторая типология обусловлена тематически. Ядром публицистического стиля становится политический (агитационно-политический) подстиль, традиционно выделяемый функциональной стилистикой. В рамках данной типологии говорят о подстиле «feature», который объединяет тексты «на случай» – тексты, ориентированные на интерес адресата к разным сферам человеческой деятельности: «Существенным признаком текстов группы feature является их тематическая привязанность. В отличие от новостей, которые освещают устойчивый список медиатопиков со стороны событийной, фактологической (то, что в англоязычной журналистике именуется «hard news»), тексты группы feature делают акцент на факторе человеческого интереса» [Клушина, 2008. С. 38–39]. Рассматриваемая типология позволяет поставить в ряд медиатекстов политический текст, feature-текст, PR-текст, рекламный текст, гламурный текст. Сохраняют свою ценность и традиционные классификации: выделение аналитических, информационных и художественно-публицистических жанров; противопоставление информационного и собственно публицистического подстилей.

«Многообразие типов, разновидностей категории автора в публицистике неисчерпаемо» [Солганик, 2007. С. 19], но каждый подстиль формирует свое ядро авторских масок и ограничивает их выбор. Так, для гламурного подстиля не характерна маска *бунтарь*, для политического – *эстет* и т. д. Автор ПТ использует готовые маски: опытный журналист владеет репертуаром стилистических приемов, создающих ту или иную тональность текста. Следовательно, понятие маски соотносится с понятиями интертекстуальности и интердискурсивности. Использование нетипичной маски в рамках подстиля может стать стилистической находкой, но может привести к коммуникативной неудаче.

Выбор маски можно расценивать как выбор журналистом стратегии. В стилистике разграничиваются понятия *речевая стратегия* – *текстовая стратегия* (по признаку продуманности / непродуманности), *текстовая стратегия* – *лингвистическая (языковая) стратегия* (по признаку имплицитности, «затекстовости» / эксплицитности [Клушина, 2007. С. 77–78]). Публицистический стиль отличается от художественного явным эксплицитным выражением позиции автора. Следовательно, мы должны анализировать маску автора как языковую стратегию журналиста. Можно рассматривать маску автора ПТ как общий принцип изложения: Я-автор и общественный коммуникатор. В первом случае создается иллюзия сопричастности, формируется событийно-процессуальный тип изложения материала; во втором случае создается эффект объективности, формируется концептуальный тип изложения материала [Горохов, 2006. С. 11–12].

Маска также является результатом моделирования в тексте той или иной социальной, коммуникативной роли журналиста. На этом основании мы пополняем репертуар масок такими, как *богема*, *друг*, *критик*, *обличитель*, *профессионал (специалист)*, *свой парень*, *сибарит*, *униженный и оскорбленный*, *циник*, *шут* и др. Каждая ролевая маска имеет культурологические основания. Например, «циник предстает как массовый тип: как усредненный социальный характер в обществе... Современный циник – это интегрированный в общество антиобщественный тип... Инстинктивно он воспринимает свой способ существования уже не как что-

то злобное и ехидное, а как причастность к коллективному реалистически скорректированному взгляду на вещи» [Слотердайт, 2009. С. 31–32]. В ряду различных видов цинизма информационный цинизм (пресса) занимает значительное место [Там же. С. 460–473]. Это имеет свои основания: «В культуре, в которой регулярно лгут, возникает желание знать не просто истину, а неприкрытую истину, истину во всей ее наготе» [Там же. С. 334]. Маска богемы близка к маске цинизма тем, что представляет собой «переходное состояние, пространство для жизненных экспериментов и освобождения от норм» [Там же. С. 204]. Однако образ богемы всегда связан с искусством, следовательно, с категорией прекрасного, тогда как образ цинизма соотносится с морально-этическими категориями.

Каждая ролевая маска эксплицируется в ПТ своими языковыми средствами. Так, маска обвинителя эксплицируется глаголами *винить* / *обвинять*, *упрекать* / *попрекать* и соответствующими речевыми актами [Шмелев, 2002. С. 136–145]. Маска шута связана в широком понимании с категорией комического, в узкой трактовке – с балагурством как видом языковой игры. В формировании маски профессионала / специалиста играет роль ориентирующая функция термина. Маска униженного и оскорбленного предполагает «я-повествование» с активным использованием пейоративно-эмоциональной лексики. Маска своего парня (рубахипарня) предполагает выстраивание вектора просторечности.

Одним из эффективных путей анализа образа автора ПТ, в том числе его речевой маски, является контент-анализ, в ходе которого по внешним – количественным – характеристикам текста на уровне слов и словосочетаний делают выводы об особенностях мышления и сознания автора текста [Баранов, 2007. С. 245–286]. Образ автора в публицистике жестко поддерживается замыслом: автор оставляет различные вербальные сигналы для ориентации читателя в своем ментальном пространстве. Однако образ автора как результат интерпретации текста не может быть эквивалентен замыслу, всегда перерастает его, см.: «Мысль о взаимодействии смыслов, запрограммированных автором, и тех, о которых он не подозревал, поддерживается современной синергетикой, для которой при организации

сложных нелинейных, открытых систем порядок неотделим от хаоса» [Сулименко, 2008. С. 229].

Наиболее значимыми для формирования стилевого рисунка медиадискурса являются маски автора, которые можно назвать «сквозными»: они используются в большинстве публицистических подстилей и совмещают коммуникативный (роль автора в тексте как совокупность социальных функций в вербальном воплощении ситуации), лингвостилистический (языковое оформление, субъективная модальность, пафос, тональность текста) и прагматический (речевые, языковые, текстовые стратегии и тактики) аспекты. Маска ирониста (ироника) относится к таковым. Сложность анализа этой авторской маски обусловлена природой самого явления иронии, под которой понимается и эстетическая категория, и вид комического, и способ художественного восприятия, и стилистический прием. Ироническую модальность относят к субъективной модальности текста, а иронию как стилистический прием анализируют в рамках теории языковой игры, см.: «Ирония – это языковая мистификация, в каком-то отношении – это вид языковой игры, особенностью которого является то, что лишь один из участников этой игры играет по собственному желанию, а другой (или другие) являются лишь его объектом» [Ермакова, 2007. С. 188]. Основная функция иронии – аксиологическая, однако ограничивать иронию ПТ рамками социальной оценки нельзя. Если ирония является средством осуществления автором ПТ своих прагматических целей, то мы видим доминирование оценочной функции. В случае создания иронии как цели ПТ, необходимо говорить об иной функции: маска ирониста становится эстетически значимой.

Ирония – это культурная стихия постмодерна (см.: [Дробышева, 2008; Орлова, 2005] и др.). Признаки сознания автора-ирониста: дискретность, эклектичность, отсутствие ценностных аксиом. Эти признаки отражаются на эмоциональном, интеллектуальном и эстетическом уровнях воздействия иронии [Дробышева, 2008. С. 78], они находят воплощение в стиле ПТ. По желанию автора ирония звучит открыто или уходит в подтекст. «Прикрытая» ирония – та, в которой

разум преобладает над чувствами, она едва намекает на истинную оценку; «открытая» ирония – там, где чувства довлеют над разумом, оценки не скрываются, сильнее звучат сомнения в возможности позитивных изменений [Там же. С. 70]. Таким образом, эмоциональный слой иронии связан с эксплицитностью / имплицитностью оценок, это «категория, выражающая оценочно-ироническое отношение автора к описываемым событиям» [Орлова, 2005. С. 15]. Ироническая оценка в ПТ, как правило, имеет морально-этические основания: ирония служит орудием морального порицания. Однако «преступление той грани, за которой ироник становится самодовольным, уверенным в собственной непогрешимости субъектом, разрушает всю ценность иронической ситуации, ее аксиологический потенциал» [Дробышева, 2008. С. 79]. Соблюдение той грани, которая отделяет иронию от высокомерия и самолюбования, является не только этическим, но и эстетическим критерием ПТ. Интеллектуальный слой обусловлен прежде всего интертекстуальностью ПТ. Иронист «рассчитывает на то, что читатель (зритель) начитан, знаком с достижениями предшествующего периода, а потому легко считывает намеки, аллюзии и культурные ассоциации» [Там же. С. 44–45].

Анализ масок требует учета их взаимодействия, смежности. Так, ирония (особенно вне эстетического дискурса) может переходить в глум и оказывается на грани цинизма. С другой стороны, маска ирониста, безусловно, пересекается с маской критика. Разница между ними во внешней пассивности / агрессивности и внутреннем аксиологическом потенциале.

Уровень образа автора в тексте, авторской маски наиболее обусловлен взаимодействием автора и адресата в медиадискурсе, так как «основой для журналистских текстов становится задача приспособления к адресату, к диалогу с ним» [Богуславская, 2008. С. 35], «автор создает такой текст, который будет востребован читателем» [Покровская, 2004. С. 21]. Отношения автор-читатель – это отношения интерпретационного плана. Автор и читатель сотрудничают, интерпретируя один и тот же текст: автор, создавая его, читатель – получив «в готовом

виде». Справедливо предположение о том, что «нет таких текстов, которые такое сотрудничество не предполагали бы» [Эко, 2005. С. 14]. Следовательно, образ автора суть результат интерпретационной деятельности: с одной стороны, маску автора интерпретирует журналист, создавая ее, с другой – ее толкует адресат, проецируя на текстовую и внетекстовую действительность.

### Список литературы

- Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику. М.: Изд-во ЛКИ, 2007. 360 с.
- Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. 2-е изд. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 280 с.
- Брандес М. П. Стилистический анализ: на материале немецкого языка. М.: Либроком, 2009. 208 с.
- Буров А. А. Когниолингвистические вариации на тему современной русской языковой картины мира: Монография. Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2003. 361 с.
- Горохов М. Ю. Автор публицистического текста как субъект высказывания: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2006. 22 с.
- Дробышева Е. Э. Аксиология постмодерна: ирония: Монография. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2008. 179 с.
- Ермакова О. П. Ирония и насмешка // Вопросы культуры речи. М.: Наука, 2007. Вып. 9. С. 185–190.
- Иванова С. В. Лингвокультурология и лингвокогнитология: сопряжение парадигм. Уфа, 2004. 152 с.
- Клушина Н. И. Публицистический текст в прагматическом аспекте // Язык массовой и межличностной коммуникации. М.: Медиа Мир, 2007. С. 75–107.
- Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста: Монография. М.: Медиа Мир, 2008. 244 с.
- Коньков В. И. Речевая структура газетного текста: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 1996. 51 с.
- Кормилицына М. А. О двух разнонаправленных процессах в дискурсе современной прессы // Активные процессы в различных типах дискурсов: политический, медийный, рекламный дискурсы и интернет-коммуникация: Материалы междунар. конф. 19–21 июня 2009 г. М.; Ярославль: Ремдер, 2009. С. 186–192.
- Морозова О. Е. Мир человека и его речь: Монография. Архангельск, 2005. 256 с.
- Орлова Г. В. Средства формирования иронической модальности в современном публицистическом дискурсе (жанр обозрения): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2005. 24 с.
- Покровская Е. В. Понимание современного газетного текста и его языковые характеристики: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2004. 43 с.
- Прохоров Ю. Е. Действительность. Текст. Дискурс: Учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2006. 224 с.
- Романова Т. В. Персонализация речи как специфическая черта современного политического дискурса // Активные процессы в различных типах дискурсов: политический, медийный, рекламный дискурсы и интернет-коммуникация: Материалы междунар. конф. 19–21 июня 2009 г. М.; Ярославль: Ремдер, 2009. С. 403–409.
- Свительский В. А. Личность в мире ценностей (аксиология русской психологической прозы 1860–1870-х годов): Монография. Воронеж, 2005. 232 с.
- Серова С. Ю. Лингвистический анализ новостных газетных статей (оценочный аспект): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2007. 22 с.
- Синепупова О. С. Оценочная «картина мира» в публицистическом тексте (на материале печатных СМИ): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 22 с.
- Слотердайт П. Критика цинического разума / Пер. с нем. А. Перцева. Екатеринбург: У-Фактория; М.: АСТ МОСКВА, 2009. 800 с.
- Солганик Г. Я. Общая характеристика языка современных СМИ в сопоставлении с языком СМИ предшествующего периода // Язык массовой и межличностной коммуникации. М.: Медиа Мир, 2007. С. 15–40.
- Сулименко Н. Е. Интерпретация текста и его лексическая структура // Комментарий и интерпретация текста: Межвуз. сб. науч. тр. Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2008. С. 226–239.

Сулимов В. А. Текстовая деятельность. Культура. Коммуникация: Учеб. пособие. Сыктывкар, 2003. 96 с.

Шмелев А. Д. Русский язык и внеязыковая действительность. М.: Языки славянской культуры, 2002. 496 с.

Эко У. Роль читателя: исследования по семиотики текста. М.: Изд-во РГГУ; СПб.: Симпозиум, 2005. 502 с.

*Материал поступил в редколлегию 26.01.2010*

**V. A. Marjanchik**

#### **SPEECH MASK IN THE STRUCTURE OF AUTHOR'S IMAGE IN JOURNALISM**

The article is concerned with the four-layer pattern of the author's image in publicistic text. The speech mask is analyzed as the component of the author's image. The author determines the factors influencing the choice of speech mask. The aspects of the author's speech mask in publicistic text are revealed and its special features are described.

*Key words:* publicistic style, speech mask, language image.