ЗАЧЕМ ЖУРНАЛИСТУ НАРРАТОЛОГИЯ?

Д. А. Молчанова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
anafielas@yandex.ru*

Предметом интереса современной нарратологии выступают повествовательные высказывания, в основе которых обнаруживается «рассказанная история». Благодаря усилиям российских и зарубежных ученых категория нарративности оказывается приложима не только к художественным текстам, но и к историческому, политическому, журналистскому дискурсам. Разработанные в области нарратологии научные категории (событие, интрига, нарративная стратегия и пр.) могут быть продуктивны при аналитике медиасферы и небезразличны для формирования ключевых компетенций журналиста.

Ключевые слова: нарратив; нарратология; нарративная модальность; нарративная стратегия; коммуникация

WHY DOES A JOURNALIST NEED NARRATOLOGY?

D. A. Molchanova

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: D. A. Molchanova (anafielas@yandex.ru)*

The subject of interest in modern narratology is narrative propositions, which are based on a «told story». Thanks to the efforts of russian and foreign scientists, the category of narrative turns out to be applicable not only to literary texts, but also to historical, political and journalistic discourses. Scientific categories developed in the field of narratology (event, intrigue, narrative strategy, etc.) can be efficient in the analysis of the media sphere and useful during the formation of key crucial competencies of a journalist.

Key words: narrative; narratology; narrative modality; narrative strategy; communication

На языке современного литературоведения рассказ о некотором событии называется «нарратив». Любой эпический текст – это нарратив, повествование о событии от лица нарратора (по М. М. Бахтину – свидетеля и судии). Рассказ о новости-событии – такой же нарратив, как и художественный текст [см. об этом: 3], но в основе последнего лежит фиктивное, вымышленное событие, тогда как в основе новости – реальное. В этой связи к текстам, создаваемым журналистами, возможно применить тот же подход, который в последнее время используется по отношению к художественным текстам, – нарратологический; а текстопорождающую деятельность журналиста рассмотреть в терминах нарративной стратегии.

По мысли московского филолога В. И. Тюпы, «нарративная стратегия представляет собой конфигурацию трех селективных моментов, взаимно обуславливающих друг друга: 1) той или иной нарративной картины мира (референтная компетенция автора); 2) нарративной модальности (креативная компетенция повествователя, рассказчика, хроникера); 3) нарративной интриги (рецептивная компетенция адресата)» [2, с. 9].

Рассмотрим указанные компетенции применительно к фигуре и деятельности журналиста.

1. *Референтная компетенция.* Очевидно, что у журналиста далеко не всегда есть возможность писать о сенсациях, порой задача журналиста – видеть медиаповод даже там, где, на первый взгляд, ничего занимательного нет. Иными словами, для журналиста крайне важно, с одной стороны, уметь выделять объективно значимые события из массива ежедневного опыта, с другой же – наделять смыслом на первый взгляд несущественные происшествия. В этой связи необходимо различать субъективную значимость и интерсубъективный смысл высказывания. Все эти навыки («видеть» фактуру, «осмысливать» фрагмент действительности, отличать личное от общественно значимого) формируются у человека под воздействием услышанных или прочитанных историй. Художественная литература занимает здесь главенствующее место, потому что по-настоящему талантливые художественные тексты обладают всеми признаками хорошего нарратива, способного увлечь читателя. Художник слова может одинаково увлекательно рассказать о тройном убийстве с ограблением (роман «Преступление и наказание» Ф. М. Достоевского) – или о встрече с воробьем по дороге с охоты (стихотворение в прозе «Воробей» И. С. Тургенева).

Однако даже такая колоритная «новость», как та, что легла в основу романа Достоевского, может быть загублена плохим рассказчиком. Хороший же рассказчик может из рождения котят сделать «новость» (рассказ А. П. Чехова «Событие» тому еще одно доказательство).

2. В связи с этим второе важнейшее умение журналиста – *креативная компетенция*. Недостаточно видеть фактуру, нужно уметь сохранить ее в тексте «живой», рассказать историю *интересно*.

Чтобы быть успешным журналистом, равно как и хорошим автором художественной литературы, необходимо уметь говорить с человеком на его языке. Сядь за статью – будь то новостной обзор, политическая аналитика, спортивный репортаж или заметка в трэвел-блог, – журналист, подобно авторам классической литературы, должен думать о своем читателе. Даже не о референтном событии, которое он собирается оформить в текст, в новость, в заметку. Но – о читателе. О том, с кем он сейчас заговорит. От этого зависит выбор специфического «языка»; однако это вовсе не значит, что с малообразованными людьми следует говорить на безграмотном наречии, сленге или жаргоне, а с академиками – пользоваться сугубо книжной лексикой. Важно учитывать опыт своего читателя и особенности его восприятия, избирать соответствующую модальность говорения. Под модальностью в данном случае мы предлагаем понимать тип отношений между сознаниями говорящего и слушающего (пишущего и читающего) к содержанию высказывания. Модальность в таком случае определяет наиболее продуктивный способ коммуникации.

В своем развитии литература, как и человечество, как абсолютно каждый человек по мере взросления (о чем свидетельствуют научные наработки Л. С. Выготского), прошла несколько этапов. На материале художественной литературы можно убедиться, что существует четыре модуса, или состояния воспринимающего сознания, которые ждут как бы четырех разных авторов (о модусах сознания подробнее см.: [1]):

- автора – носителя «готового» знания;
- убеждающего автора, в арсенале которого – доказательства на все случаи жизни;
- автора – носителя частного мнения, готового к дискуссии;
- наконец, автора-исследователя, который проведет своего читателя путем поиска истины, пройдет этот путь вместе с ним.

Чтобы освоить каждую из модальностей говорения, нужно иметь богатый читательский опыт, начинающийся со сказок с их «готовым»,

некритически воспринимаем «знанием»; далее, к примеру, освоить литературное наследие Л. Н. Толстого, который избирал модальность убеждения; М. Ю. Лермонтова, писавшего в модальности мнения; наконец, А. П. Чехова – автора-исследователя, в совершенстве владевшего письмом в модальности понимания-постигания.

3. Наконец, третья, возможно, важнейшая компетенция журналиста – *рецептивная*, или читательская.

Каждый журналист – не только рассказчик, но и первый читатель своих статей. Он должен уметь абстрагироваться от своего текста и посмотреть на него глазами «другого», воспринять его со «внеаходимой» (М. М. Бахтин) точки зрения, вообразить себя своим собственным читателем и оценить – не себя, но – рассказанную историю.

Коммуникативная природа искусства, осознанная авторами художественной литературы еще в конце XIX в., а затем породившая научную категорию дискурса, обеспечивает не только журналисту, но каждому человеку возможность выработать в себе означенные компетенции на основе читательского опыта; задача высшей школы в этом случае – обеспечить молодых людей необходимым инструментарием, познакомить с признанными шедеврами художественного творчества в аспекте нарратологического анализа.

Библиографические ссылки

1. Тюна В. И. Модусы сознания и школа коммуникативной дидактики // Дискурс. 1996. №1. С. 17–22.
2. Тюна В. И. Нарративная стратегия романа // Новый филологический вестник. 2011. №3. С. 8–24.
3. Тюна В. И. Новостной дискурс как нарратологическая проблема // Новый филологический вестник. 2017. №3. С. 40–51.